



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Firda Octaviana

NIM. 121.041.1034

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2016

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firda Octaviana
NIM : 1210411034
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember); 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 sesuai 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, 03 Juni 2016

Yang menyatakan,

Materai
6000

Firda Octaviana
NIM. 121.041.1034

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

(Studi kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh :

Firda Octaviana

NIM : 121.041.1034

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M Naely A, Msi

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE. MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul ;Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 03 Juni 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Akhmad Suharto, M.P

NPK 89 06 242

Anggota 1,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si
NIP 19661 231 1993 03 1006

Anggota 2,

Nursaidah, SE. MM
NPK 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan,

Drs. Akhmad Suharto, M.P
NPK 89 06 242

Ketua Jurusan,

Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP 19770 811 2005 01 2001

MOTTO

Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.

Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh keikhlasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan. YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH (Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan karyaku yang sangat sederhana ini kepada :

- ❖ Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan keringanan langkah hingga padaNya lah semuanya bergantung.
- ❖ Kedua orang tua saya, ayah & mama tercinta yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus dan tak pernah bosan ataupun lelah mendoakan setiap langkah buah hatinya.
- ❖ Kakakku (Firman) dan Adikku (Faris), yang selalu memberikan semangat dan menjadi penghibur hati dengan canda tawa mereka yang khas.
- ❖ Segenap keluargaku yang selalu memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan karya kecilku ini.
- ❖ Teman seperjuangan, sahabat dari awal masuk kuliah sampai sekarang yang saya cintai Dian, Winnuri, Sella, Mega, dan Elis serta teman-teman seperjuangan Ekonomi Manajemen 2012 kelas A yang selama ini kita telah bersama-sama dalam suka maupun duka dan berjuang bersama.
- ❖ Keluarga tanpa batas Elvira, Amel, Lia, Merlin, Melino yang selalu memberi support, doa dan motivasi dan mendengarkan keluh kesah dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek, kualitas produk, promosi, harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu merek, kualitas produk, promosi dan harga, dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Data dalam penelitian ini di kumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen kosmetik wardah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa : variabel merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan, variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian, variabel promosi tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *merek, kualitas produk, promosi, harga dan keputusan pembelian.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand, quality product, promotion, and price the purchasing decisions wardah cosmetics on Economics Student at University of Muhammadiyah Jember. This study used four independent variable are brand, quality product, promotion, and price with on dependent variable namely the purchase decision.

The data in this study were collected through questionnaires to 100 wardah cosmetics consumer in the Economic Faculty of University of Muhammadiyah Jember as the study sample. Data analysis methods used are quantitative analyzes, the test validity and reliability, the multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t test and the classical assumption test.

Based on the results of data analysis, showed that : brand variable have positive and significant influence on purchase decisions, quality products variables have significant and positive impact as well as having the greatest influence on purchase decisions, promotion variable do not have a positive effect and no significant effect on purchasing decisions, price variable have a positive influence and significant impact on purchasing decisions.

Keyword : brand, quality product, promotion, price and purchasing decisions

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 "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)".

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 Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Akhmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. M Naely Azhad, M.si, selaku dosen pembimbing I dan Nursaidah, SE.MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. Akhmad Suharto, M.P selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. 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.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. 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 bisa 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, 03 Juni 2016

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.4 Merek (<i>Brand</i>)	14

2.1.5 Kualitas Produk.....	15
2.1.6 Promosi (<i>Promotion</i>)	16
2.1.7 Harga (<i>Price</i>)	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	23
2.4 Hipotesis	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	26
3.1 Variabel Penelitian.....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3 Desain Penelitian	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5 Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1 Populasi	29
3.5.2 Sampel	29
3.5.3 Tehnik Pengambilan Sampel	30
3.6 Tehnik Pengumpulan Data	30
3.7 Tehnik Anlisis Data	31
3.8 Metode Pengujian Instrumen Data	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas	32
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	32
3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.8.5 Uji Hipotesis	34
3.8.5.1 Uji t	34
3.8.6 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.6.1 Uji Multikolinieritas.....	35
3.8.6.2 Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.6.3 Uji Normalitas	36
BAB 4. ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Singkat Wardah.....	37

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	38
4.1.3 Struktur Organisasi	39
4.1.4 Lokasi	41
4.2 Gambaran Umum Responden	42
4.2.1 Karakteristik Responden	42
4.2.2 Analisis Deskriptif Frekuensi Pernyataan Responden.....	44
4.3 Analisis Data	55
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	55
4.3.1.1 Uji Validitas	55
4.3.1.2 Uji Realibitas.....	57
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3.3 Koefisien Determinasi	59
4.3.4 Pengujian Hipotesis	60
4.3.4.1 Uji t	60
4.3.5 Pengujian Asumsi Klasik	62
4.3.5.1 Uji Multikolinieritas	62
4.3.5.2 Uji Heteroskedastisitas	63
4.3.5.3 Uji Normalitas	64
4.4 Pembahasan.....	65
BAB 5. PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Bedak Muka.....	4
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	27
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia	42
Tabel 4.2 Responden Menurut Pendapatan / Uang saku.....	43
Tabel 4.3 Responden Menurut Jumlah Pembelian Kosmetik Wardah	44
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.1.1	45
Tabel 4.5 Ferkuensi Responden Terhadap Indikator X.1.2	45
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.1.3	46
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.1.4	46
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.2.1	47
Tabel 4.9 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.2.2	47
Tabel 4.10 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.2.3	48
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.2.4	48
Tabel 4.12 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.3.1	49
Tabel 4.13 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.3.2	49
Tabel 4.14 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.3.3	50
Tabel 4.15 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.3.4	50
Tabel 4.16 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.4.1	51
Tabel 4.17 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.4.2	51
Tabel 4.18 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.4.3	52
Tabel 4.19 Frekuensi Responden Terhadap Indikator X.4.4	52
Tabel 4.20 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Y.1	53
Tabel 4.21 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Y.2	53
Tabel 4.22 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Y.3	54
Tabel 4.23 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Y.4	54
Tabel 4.24 Validitas Kuesioner	56
Tabel 4.25 Reliabilitas Kuesioner	57
Tabel 4.26 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58

Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.28 Hasil Uji t	61
Tabel 4.29 Uji Multikolinieritas	62

Daftar Gambar

Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Struktur organisasi PT Paragon Technology and Innovation	39
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	63
Gambar 4.3 Grafik Normal P-plot	64

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II: Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI: Uji Validitas
- LAMPIRAN VII: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN VIII: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Asumsi Klasik
- LAMPIRAN IX: Tabel Distribusi t