

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK *SKINCARE* KOREA PADA KALANGAN DEWASA  
AWAL DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata I  
(S-1) Sarjana Psikologi Pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah  
Jember*



**Disusun Oleh:**

Hayyu Ryas Shafira

NIM: 2010811097

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

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

Pada Tanggal

6 Februari 2026

Mengesahkan,

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan



Dr. Murtala Widvarini, S.Psi., M.Si  
NIP. 197505292005012001

Dewan Penguji

Tandatangan

Danan Satriyo Wibowo, S.Sos., M.Si  
NPK. 1984112511703815

Siti Nur'aini, S.Psi., M.Si  
NIP. 197702122005012002

Two blue ink signatures are written on horizontal lines. The first signature is more stylized and cursive, while the second is more legible and blocky.

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hayyu Ryas Shafira

NIM : 2010811097

Dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi, menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan 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, 6 Februari 2026

Yang Menyatakan,



**HAYYU RYAS SHAFIRA**  
**2010811097**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

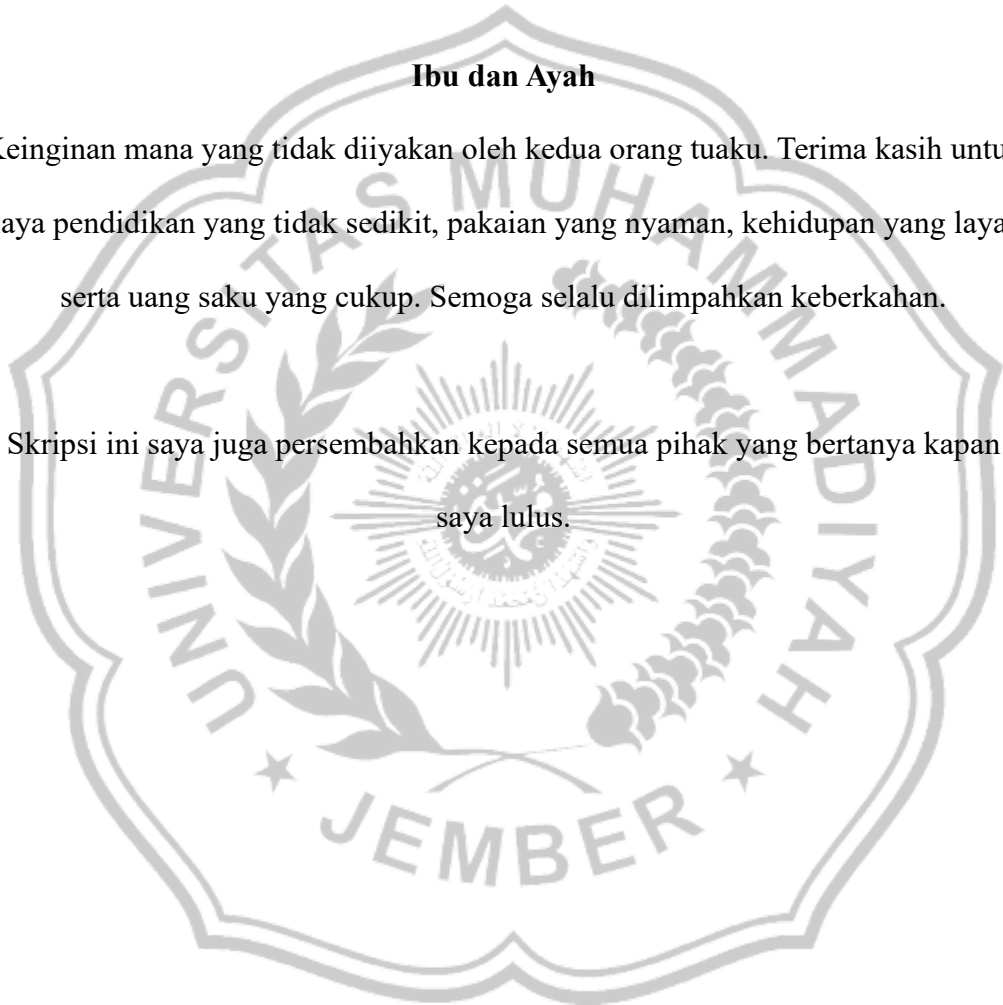
Rasa syukur dan terima kasih selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh perkuliahan.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

### **Ibu dan Ayah**

Keinginan mana yang tidak diiyakan oleh kedua orang tuaku. Terima kasih untuk biaya pendidikan yang tidak sedikit, pakaian yang nyaman, kehidupan yang layak, serta uang saku yang cukup. Semoga selalu dilimpahkan keberkahan.

Skripsi ini saya juga persembahkan kepada semua pihak yang bertanya kapan saya lulus.



## MOTTO

Tetap rendah hati dan berusaha menjadi manusia yang baik kepada sesama, karena kita tidak pernah tahu pertolonganNya datang melalui perantara siapa saja.

ひまわり

Pendidikan tidak menjanjikan kita untuk mendapatkan gaji, karir, dan kehidupan yang tinggi. Yang dijanjikan oleh pendidikan adalah perubahan pola pikir. Bagaimana cara kita berpikir dalam menyelesaikan masalah dan mengambil keputusan dengan tenang dan lebih bijak.

PhD student in Denmark

Belajar Psikologi bukan tentang menjadi “pintar” menilai orang lain, tetapi tentang menjadi “bijak” dalam menerima kerumitan manusia, termasuk diri sendiri.

Lala

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Skincare Korea Pada Dewasa Awal Di Kabupaten Jember” ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu bagian dari tugas akademik dalam meraih gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Psikologi.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan mudah tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan yang diberikan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ini menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terkira kepada:

1. Ibu Dr. Nurlaela Widyarini, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember dan dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas dukungan, arahan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru hingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Ibu Siti Nur'aini, S.Psi., M.Si, selaku dosen pembimbing I. Terima kasih atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Ibu Januariya Laili, S.Psi., M.Psi, selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan dukungan kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Danan Satrio Wibowo, S.Sos., M.Psi, selaku dosen penguji. Terima kasih atas seluruh saran dan masukan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi hingga selesai.
5. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah berperan dalam memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan sehingga penulis memperoleh peningkatan wawasan, pengetahua, sehingga penulis memperoleh perspektif keilmuan lebih luas.
6. Kepada seluruh civitas akademika Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu serta tenaga sehingga penulis memperoleh pengetahuan serta bantuan selama masa kuliah hingga menyelesaikan studi ini.
7. Ibu Isti Asfiyah terima kasih atas doa yang tidak pernah putus disepertiga malam, tidak pernah berhenti mengusahakan untuk penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Ayah Heri Sugiarto terima kasih atas segala doa dan tenaga yang diberikan, yang selalu mengantar kemanapun penulis pergi dan tidak pernah menghalangi jalan apapun.
9. Adik-adik dan kakak-kakak tersayang. Istiadza Najwah, Agustin Sri Adiningsih, Kusuma Indarti, Revina Mardiana, Rifky Alfian. Terima kasih atas segala dukungan serta bantuannya.

10. Kepada seluruh individu yang dekat dan jauh, yang datang dan pergi, terima kasih atas segala waktu, tenaga dan segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga kebaikan selalu menyertai dimanapun berada.
11. Kepada seluruh responden, terima kasih telah bersedia untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
12. Kepada seluruh nama yang ada di dalam sitasi. Sebab tanpa mereka, peneliti merasa ragu dan dangkal.

Dalam penyusunan skripsi ini, masih banyak kekurangan serta ketidaksempurnaan. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang psikologi dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca.

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*



## DAFTAR ISI

|                             |      |
|-----------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....         | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....     | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN.....     | iii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....   | iv   |
| MOTTO .....                 | v    |
| KATA PENGANTAR.....         | vi   |
| DAFTAR ISI.....             | ix   |
| DAFTAR TABEL .....          | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....       | xiv  |
| INTISARI .....              | xv   |
| ABSTRACT .....              | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....      | 1    |
| A. Latar Belakang.....      | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....     | 10   |
| C. Tujuan Penelitian .....  | 10   |
| D. Manfaat Penelitian ..... | 10   |
| 1. Manfaat Teoritis .....   | 10   |
| 2. Manfaat Praktis.....     | 11   |
| E. Keaslian Penelitian..... | 11   |

|                                                                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                                                                     | <b>14</b> |
| <b>A. Konsep Teori.....</b>                                                                                              | <b>14</b> |
| 1. Minat Beli.....                                                                                                       | 14        |
| 2. Brand Awareness .....                                                                                                 | 17        |
| 3. Dewasa awal.....                                                                                                      | 19        |
| <b>B. Hubungan Antar Variabel Pengaruh Brand Awareness Terhadap<br/>Minat Beli Skincare Korea Pada Dewasa Awal .....</b> | <b>20</b> |
| <b>C. Hipotesis Penelitian.....</b>                                                                                      | <b>21</b> |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                                                   | <b>22</b> |
| <b>A. Jenis Penelitian.....</b>                                                                                          | <b>22</b> |
| <b>B. Identifikasi Variabel.....</b>                                                                                     | <b>22</b> |
| <b>C. Definisi Operasional.....</b>                                                                                      | <b>23</b> |
| 1. Minat beli .....                                                                                                      | 23        |
| 2. Brand awareness .....                                                                                                 | 23        |
| <b>D. Populasi dan Sampel.....</b>                                                                                       | <b>24</b> |
| 1. Populasi.....                                                                                                         | 24        |
| 2. Sampel.....                                                                                                           | 25        |
| <b>E. Metode Pengumpulan Data.....</b>                                                                                   | <b>26</b> |
| 1. Minat Beli.....                                                                                                       | 26        |
| 2. Brand Awareness .....                                                                                                 | 27        |

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>F. Metode Analisa Data .....</b>                      | <b>28</b> |
| 1. Keabsahan Alat Ukur .....                             | 28        |
| 2. Uji Asumsi.....                                       | 29        |
| 3. Uji Hipotesis.....                                    | 29        |
| 4. Uji statistik deskriptif .....                        | 31        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                  | <b>32</b> |
| <b>A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian.....</b> | <b>32</b> |
| 1. Orientasi Kancan .....                                | 32        |
| 2. Persiapan Penelitian .....                            | 33        |
| 3. Pelaksanaan Penelitian .....                          | 34        |
| <b>B. Analisa Data.....</b>                              | <b>37</b> |
| 1. Uji Keabsahan Alat Ukur .....                         | 37        |
| 2. Uji Asumsi.....                                       | 39        |
| 3. Uji Statistik Deskriptif.....                         | 41        |
| 4. Uji Hipotesis.....                                    | 46        |
| <b>C. Pembahasan.....</b>                                | <b>47</b> |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                  | <b>51</b> |
| <b>A. Kesimpulan .....</b>                               | <b>51</b> |
| <b>B. Saran .....</b>                                    | <b>52</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                               | <b>53</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Merek Skincare Terkenal di Kalangan Wanita Indonesia.....        | 4  |
| Tabel 2. Blueprint Skala Minat Beli .....                                 | 26 |
| Tabel 3. Blueprint Skala Brand Awareness.....                             | 27 |
| Tabel 4. Uji Coba Reliabilitas Alat Ukur Brand Awareness dan Minat Beli . | 38 |
| Tabel 5. Uji Reliabilitas Alat Ukur Brand Awareness dan Minat Beli .....  | 39 |
| Tabel 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....                           | 40 |
| Tabel 7. Hasil Uji Asumsi Linieritas .....                                | 41 |
| Tabel 8. Uji Statistik Deskriptif .....                                   | 41 |
| Tabel 9. Kategorisasi Berdasarkan Dimensi Brand Awareness.....            | 43 |
| Tabel 10. Kategorisasi Berdasarkan Dimensi Minat Beli.....                | 44 |
| Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis.....                                        | 46 |
| Tabel 12. Model Coefficients Total Y.....                                 | 46 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Kelayakan Etika Penelitian.....         | 56 |
| Lampiran 2. Kuesioner Skala Brand Awareness.....                     | 57 |
| Lampiran 3. Kuesioner Skala Minat Beli .....                         | 58 |
| Lampiran 4. Tabulasi Skor Uji Coba Skala Brand Awareness.....        | 59 |
| Lampiran 5. Tabulasi Skor Uji Coba Minat Beli .....                  | 61 |
| Lampiran 6. Hasil Tabulasi Data Skala Brand Awareness .....          | 63 |
| Lampiran 7. Data Tabulasi Skala Minat Beli.....                      | 71 |
| Lampiran 8. Uji Coba Validitas Skala Brand Awareness.....            | 79 |
| Lampiran 9. Uji Coba Validitas Skala Minat Beli .....                | 80 |
| Lampiran 10. Validitas Uji Sebenarnya Skala Brand Awareness.....     | 81 |
| Lampiran 11. Validitas Uji Sebenarnya Skala Minat Beli .....         | 82 |
| Lampiran 12. Uji Coba Reliabilitas Skala Brand Awareness .....       | 83 |
| Lampiran 13. Uji Coba Reliabilitas Skala Minat Beli.....             | 83 |
| Lampiran 14. Reliabilitas Uji Sebenarnya Skala Brand Awareness ..... | 83 |
| Lampiran 15. Reliabilitas Uji Sebenarnya Skala Minat Beli.....       | 83 |
| Lampiran 16. Hasil Uji Deskriptif.....                               | 84 |
| Lampiran 17. Uji Hipotesis .....                                     | 89 |