



**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK OLAY
WHITE RADIANCE PROTECTIVE CREAM DI KOTA JEMBER
(Studi di Kecamatan Kaliwates, Sumbersari, dan Patrang)**

SKRIPSI

Oleh:

AMIN WIJAYANTI

080810291061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK OLAY
WHITE RADIANCE PROTECTIVE CREAM DI KOTA JEMBER
(Studi di Kecamatan Kaliwates, Sumber Sari, dan Patrang)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Amin Wijayanti

NIM 080810291061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : **AMIN WIJAYANTI**
NIM : **080810291061**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **PEMASARAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Olay *White Radiance Protective Cream* Di Kota Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari semua pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 September 2012

Yang Menyatakan,

AMIN WIJAYANTI
NIM. 080810291061

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Olay *White Radiance Protective Cream* Di Kota Jember.

Nama : Amin Wijayanti

Nim : 080810291061

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Sriono, MM

NIP. 19561031 198603 1 001

Drs. Didik Pudjo M., M.S

NIP. 19610209 198603 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen,

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah SE., M.Si.

NIP. 19661020 199002 2 001

**PENGESAHAN
JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK OLAY
WHITE RADIANCE PROTECTIVE CREAM DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Amin Wijayanti

NIM : 080810291061

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

1 Oktober 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Adi Prasajo, MP (.....)

NIP. 19550516 198703 1 001

2. Sekretaris : Drs. Didik Pudjo M., MS (.....)

NIP. 19610209 198603 1 001

3. Anggota : Drs Sriono, MM (.....)

NIP. 19551031 198603 1 001

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

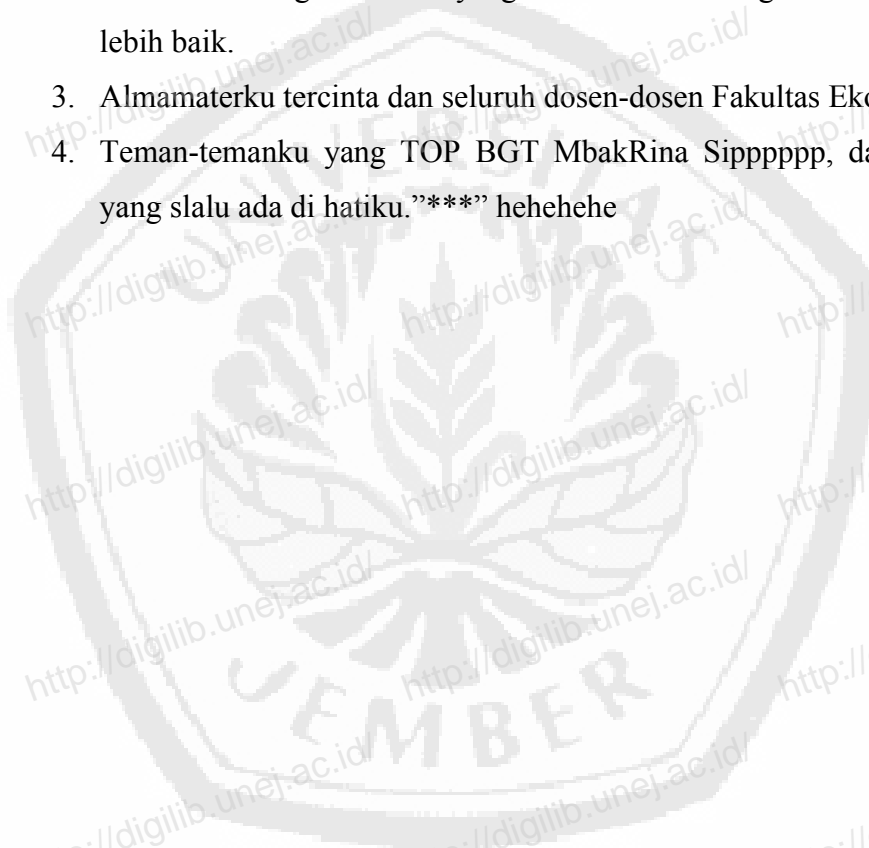
Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsiku ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terimakasihku kepada:

1. Almarhum Ayahanda tercinta Suwito dan Ibuku tercinta Siti Maimunah.
2. Seluruh keluarga besarku yang selalu mendukungku untuk menjadi lebih baik.
3. Almamaterku tercinta dan seluruh dosen-dosen Fakultas Ekonomi.
4. Teman-temanku yang TOP BGT MbakRina Sipppppp, danSomeone yang slalu ada di hatiku.”***” hehehehe

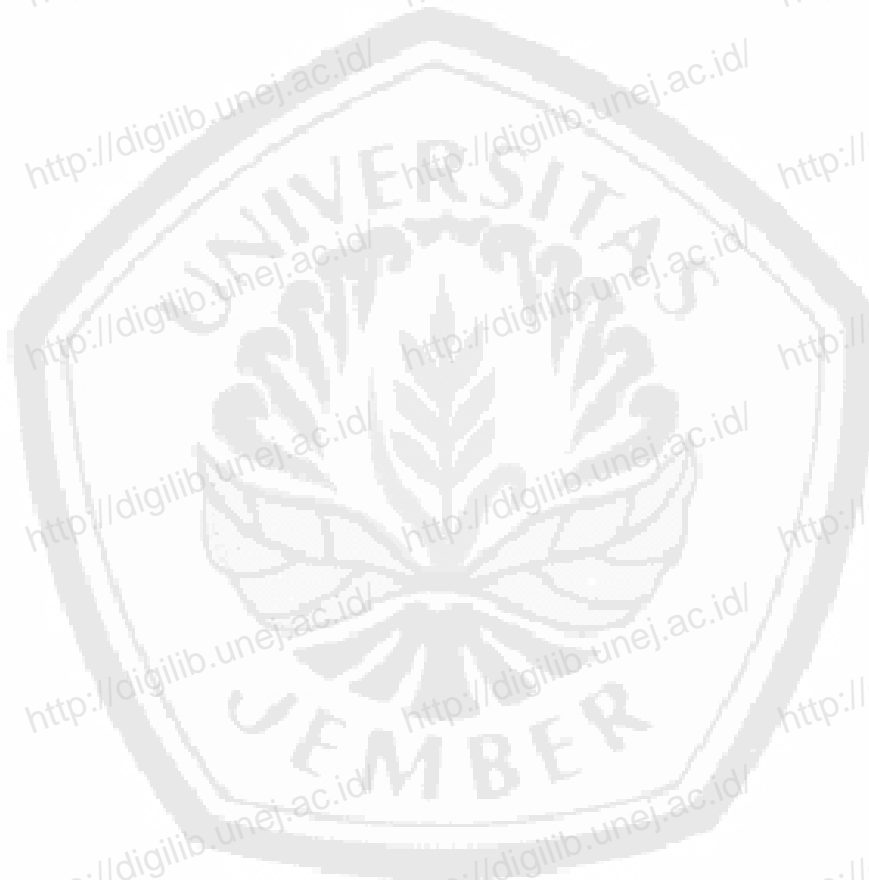


MOTTO

Allah selalu adil.... Allah tidak akan memberikan cobaan pada kita jika kita tidak mampu menjalaninya.....

Disetiap kesulitan pasti ada jalan.... Yakinlah..... Berusaha dan Berdo'a.....

(Amin Wijayanti)



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Olay *White Radiance Protective Cream* di Kota Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dan pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Hasil dengan analisis faktor menunjukkan bahwa 19 variabel yang ditawarkan sebelumnya berubah menjadi 16 karena 3 variabel lainnya tidak memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Kemudian dari 16 variabel itu terbentuk menjadi 5 faktor, yang selanjutnya diberi nama faktor peran dan status, keluarga, citra perusahaan, gaya hidup, dan pembelajaran. Selanjutnya kelima kelompok faktor tersebut menjadi variabel dan dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor peran dan status, keluarga, citra perusahaan, gayahidup, dan pembelajaran, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Olay *White Radiance Protective Cream* di Kota Jember. Pengujian hipotesis dengan Uji t menunjukkan faktor yang paling tinggi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Olay *White Radiance Protective Cream* di Kota Jember adalah Peran dan status.

Kata kunci : Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence consumer purchasing decisions cosmetics By White Radiance Protective Cream City Jember. The sampling method used purposive sampling and data collection using questionnaire instrument. Alatanalisis data used factor analysis and multiple linear regression analysis. The results of the factor analysis showed that 19 variables previously offered turned into 16 because three other variables are not eligible for further analysis. Then from 16 variables were formed into five factors, which in turn was named perandan factor status, family, corporate image, lifestyle, and learning. Furthermore these factors into five groups of variables and multiple linear regression analysis. The results of multiple linear regression analysis showed that the factor of the role and status, family, corporate image, lifestyle, and learning, proved to have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions Olay White Radiance Protective Cream City Jember. Testing the hypothesis with a t test showed the highest factor influencing consumer purchasing decisions Olay White Radiance Protective Cream City Jember is Perandan status.

Keywords: Consumer Purchasing Decisions

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Olay *White Radiance Protective Cream* di Kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Karya tulis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dorongan serta do'a dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segenap kerendahanhati penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

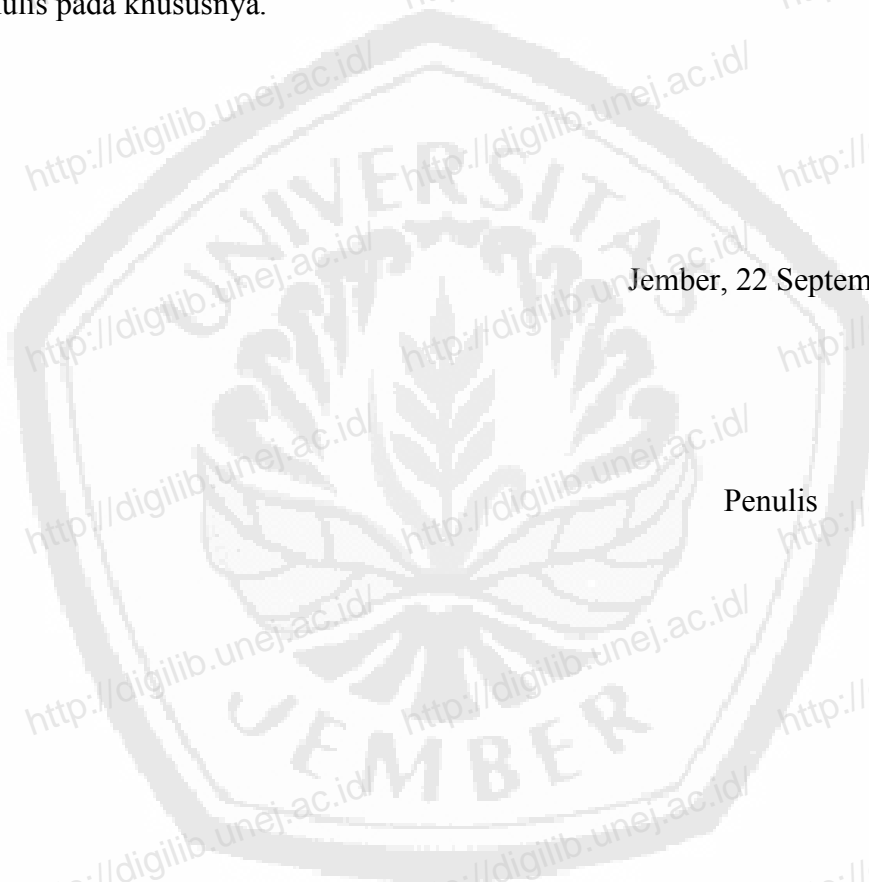
1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. H. Istifadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Sriono, MM selaku Dosen Pembimbing I atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
4. Bapak Drs. Didik Pudjo M, MS selaku Dosen Pembimbing II atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya sebagai mahasiswa.
6. Segenap karyawan dan penggerak administrasi Manajemen yang sudah mau membantu saya selama mengerjakan skripsi ini.
7. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penelitian saya.

8. Kedua orang tuaku Almarhum Bapak Suwito dan ibu Siti Maimunah yang telah memberikan yang terbaik buat saya selama ini.
9. Keluarga besar saya dan teman-teman saya yang menyayangi saya.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Jember, 22 September 2012

Penulis



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | Vi |
| ABSTRAKSI | Vii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Pokok Permasalahan | 3 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 3 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Peneliti Terdahulu | 5 |
| 2.2 Landasan Teori | 7 |
| 2.2.1 Definisi Pemasaran | 7 |
| 2.2.2 Bauran Pemasaran | 7 |
| 2.2.3 Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.2.4 Model Perilaku Konsumen | 9 |
| 2.2.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 10 |
| 2.2.6 Citra Merek | 13 |
| 2.2.7 Proses Keputusan Pembelian | 14 |

| | |
|--|----|
| 2.3. Kerangka Konseptual | 15 |
| BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 17 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 17 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 18 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 18 |
| 3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 19 |
| 3.5.1 Identifikasi Variabel | 19 |
| 3.5.2 Definisi Operasional Variabel | 20 |
| 3.6 Teknik Pengukuran Data | 23 |
| 3.7 Uji Instrumen..... | 24 |
| 3.7.1 Uji Validitas..... | 24 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 24 |
| 3.7.3 Uji Normalitas | 24 |
| 3.8 Metode Analisis | 24 |
| 3.8.1 Analisis Faktor | 24 |
| 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 26 |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik | 26 |
| 3.9 Uji Hipotesis | 28 |
| 3.10 Kerangka Pemecahan Masalah | 30 |
| BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian | 32 |
| 4.2 Gambaran Umum Perusahaan | 32 |
| 4.3 Analisis Data | 35 |
| 4.3.1 Karakteristik Responden | 35 |
| 4.3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 36 |
| 4.3.3 Analisis Faktor | 39 |
| 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 45 |
| 4.3.5 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.3.6 Pengujian Hipotesis | 48 |
| 4.4 Pembahasan | 51 |

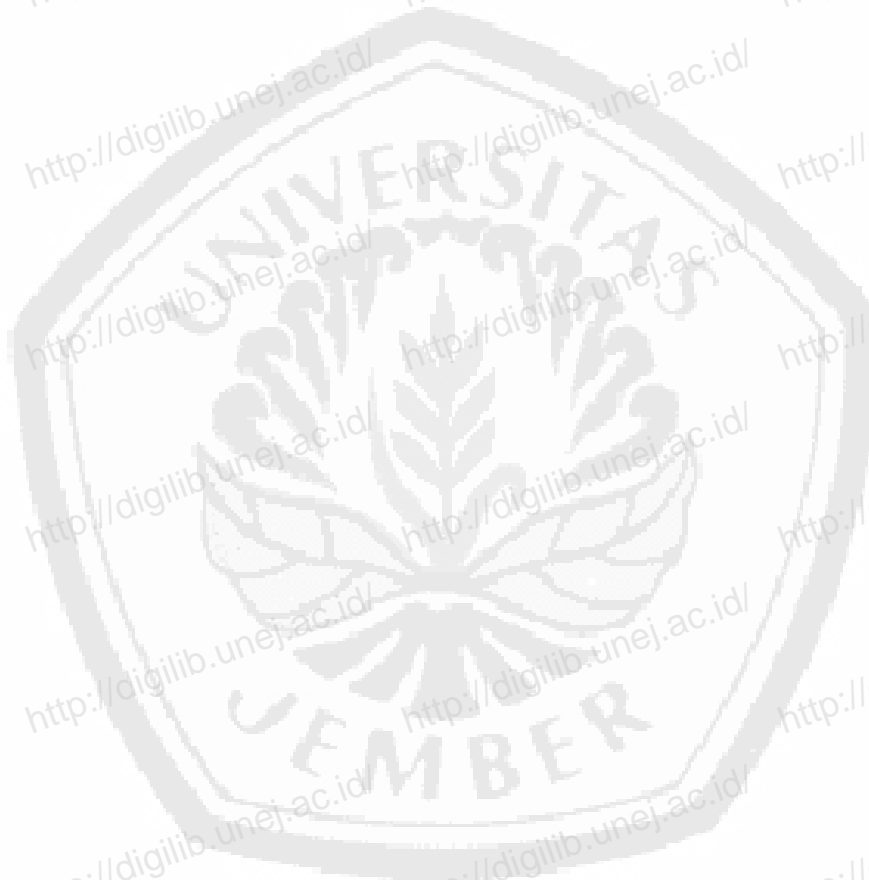
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 59

5.2 Saran 59

DAFTAR PUSTAKA 61

LAMPIRAN-LAMPIRAN

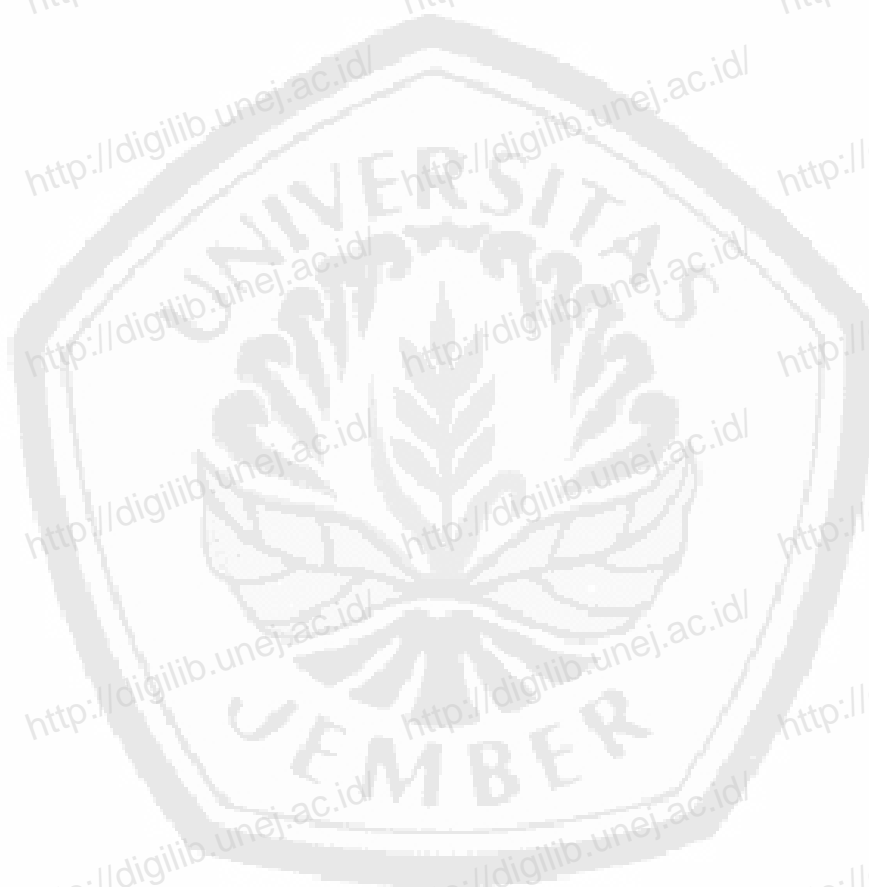


DAFTAR TABEL

| Tabel : | Halaman : |
|---|-----------|
| Tabel2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 6 |
| Tabel2.2 Model Perilaku Konsumen | 9 |
| Tabel3.1 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi | 27 |
| Tabel4.1 Karakteristik Responden Wanita Berdasarkan Kecamatan | 35 |
| Tabel4.2 Karaktersitik Responden Wanita Berdasarkan Usia | 36 |
| Tabel4.3 Hasil Uji Validitas | 36 |
| Tabel4.4 <i>Reliability Statistics</i> | 37 |
| Tabel4.5 <i>Kaiser Meyer Olkin and Barlett's Test</i> | 39 |
| Tabel4.6 MSA Hasil Uji Awal | 40 |
| Tabel4.7 MSA Hasil Uji Ulang | 41 |
| Tabel4.8 <i>Total Variance Explained</i> | 42 |
| Tabel4.9 <i>Rotated Component Matrix</i> | 43 |
| Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 44 |
| Tabel 4.11 <i>Collinearity Statistic</i> | 47 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| Tabel4.13 Uji F | 49 |
| Tabel 4.14 Uji t | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar : | Halaman : |
|--|-----------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 16 |
| Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah | 30 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas | 38 |
| Gambar 4.2 Analisis Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y) | 57 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|--------------|--|-----|
| Lampiran 1. | Kuesioner | 64 |
| Lampiran 2. | Rekapitulasi Data Responden | 68 |
| Lampiran 3. | Uji Validitas | 78 |
| Lampiran 4. | Uji Reliabilitas | 81 |
| Lampiran 5. | Analisis Faktor | 82 |
| Lampiran 6. | Analisis Regresi Linier Berganda | 94 |
| Lampiran 7. | Uji Normalitas | 98 |
| Lampiran 8. | Uji Heteroskedastisitas | 99 |
| Lampiran 9. | Tabel F | 100 |
| Lampiran 10. | Tabel t | 103 |
| Lampiran 11. | Tabel r | 106 |

