



**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, Sumpalsari, 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 Karakteristik 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