

**PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN FOUNDATION MEREK WARDAH PADA
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



**Diajukan Oleh :
FITA DESI ARISKA**

NPM : 15420006

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FITA DESI ARISKA

NPM : 15420006

Alamat : Menganti Dukuhan RT 13, RW 05 Gresik

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FOUNDATION MEREK WARDAH PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya terima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan



(FITA DESI ARISKA)

NPM : 15420006

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FOUNDATION MEREK WARDAH* PADA MAHASISWI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan Oleh :

FITA DESI ARISKA

NPM : 15420006

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

LESTARI, SE.,MM.

Tanggal, 17 - 06 - 2019

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI JAMILAH, SE,M.SI.

Tanggal 19 - 6 - 2019

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *FOUNDATION MEREK WARDAH* PADA
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA
KUSUMA SURABAYA**

Diajukan Oleh :
FITA DESI ARISKA
NPM : 15420006

Susunan Dewan Pengaji

Pembimbing Utama

Lestari, SE,MM

Anggota Dewan Pengaji Lain

Djojo Dihardjo, SE,MM.,M.Ak

Evianah, SE, M.Si

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 24 Juli 2019**

Dr.Siti Djamilah, SE,,M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberikan hidayah dan segala kenikmatan-Nya hingga sampai saat ini, atas segala limpahan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *foundation* merek Wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya ” dengan baik.

Kedua kalinya penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak yang bersangkutan yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat dan do'a dalam membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini. Pihak yang bersangkutan antara lain:

1. Bapak prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto G, MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs.Ec.Redy Eko. H.S. MM selaku Dosen Wali.
5. Bapak Lestari, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengalaman, motivasi dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
7. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha dan Karyawan yang senantiasa selalu membantu penulis dalam masalah perkuliahan.
8. Seluruh keluarga yang selalu mendukung penulis dalam setiap langkah dan memberikan dukungan moril serta materil yang tidak mungkin penulis dapat membatasnya.

9. Sahabat dan juga teman seperjuangan Manajemen A 2015 yang telah memberikan semangat, bantuan dan do'a kepada penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran dan masukkan yang membangun dalam skripsi ini agar dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Surabaya, Juli 2019

Penulis

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi konsumen dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian *foundation* merek Wardah. populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 orang. Dalam penelitian ini digunakan metode penarikan sampel secara tidak acak (nonprobability sampling) dengan prosedur purposive sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampel ini yaitu mahasiswi berusia minimal 17 tahun dan mahasiswi yang menggunakan *foundation* merek Wardah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda yang dioperasikan melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi dan preferensi konsumen secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *foundation* merek wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of consumer perception variables and consumer preferences on purchasing decisions of the Wardah brand foundation. the population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya. The sample used in this study amounted to 80 people. In this study used a nonprobability sampling method with a purposive sampling procedure which means the technique of determining the sample with certain considerations. The considerations in determining this sample are female students aged at least 17 years and female students who use the Wardah brand foundation. The data analysis technique in this study uses Multiple Linear Regression analysis which is operated through the SPSS program. The results showed that the variables of perception and preference of consumers simultaneously and partially had a significant effect on the decision to purchase the wardah brand foundation at the students of the Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya.

Keywords: *Consumer Perception, Consumer Preference, Purchasing Decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACTION.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Persepsi Konsumen.....	10
2.1.2. Preferensi Konsumen.....	14
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4. Hubungan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.1.5. Hubungan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Hipotesis dan Model Analisis.....	26
2.3.1. Hipotesis.....	26
2.3.2. Model Analisis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Pendekata Penelitian.....	28
3.2.Populasi dan Sampel.....	28
3.3.Identifikasi Variabel.....	29
3.4.Definisi Operasional.....	30
3.5.Jenis dan Sumber Data.....	31
3.6.Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7.Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1. Uji Validitas	32
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.8.Regresi Linier Berganda.....	33
3.9. Koefisien determinasi berganda (R2).....	33
3.10.Uji Hipotesis.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.Gambaran Umum.....	38
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
4.2.Hasil Penelitian.....	40
4.2.1. Analisis Karakteristik Responden.....	40
4.2.2. Analisis Deskriptif.....	42
4.2.2.1. Deskripsi Mengenai Variabel Persepsi Konsumen (X1).....	43
4.2.2.2. Deksripsi Mengenai Preferensi Konsumen (X2).....	44
4.2.2.3. Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
4.3.Analisis Model	46
4.3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	46
4.3.2. Hasil Pengujian Realibilitas.....	47
4.3.3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	48
4.3.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	50
4.3.4.1. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	50

4.3.4.2. koefisien determinasi berganda (R2).....	51
4.3.4.3. Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	52
4.3.4.4. Hasil Pengujian Hipotesa 3.....	56
4.4.Pembahaasan.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan.....	59
5.2.Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden.....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Program Studi Responden.....	41
Tabel 4.4	Kategori Rata-Rata Jawaban Responden.....	42
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Untuk Persepsi Konsumen.....	43
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Untuk Preferensi Konsumen.....	44
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Untuk Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Konsumen (X1).....	46
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Preferensi Konsumen (X2).....	46
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
Tabel 4.12	Hasil Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji F.....	50
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi Berganda.....	52
Tabel 4.15	Hasil Analisis Uji t.....	53
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesa 3.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Analisis.....	27
Gambar 3.1	Kurva Distribusi Uji F.....	35
Gambar 3.2	Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t).....	36
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji F.....	51
Gambar 4.2	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Persepsi Konsumen (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	54
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Preferensi Konsumen (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Input Data SPSS
- Lampiran 3 : Output Data SPSS
- Lampiran 4 : Tabel Uji T dan Uji F