

**PENGARUH GAYA HIDUP, SIKAP KONSUMEN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
WARDAH**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

ERICHA VIRDNA PRASTIKA
NPM : 16420020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ericha Virdana Prastika

NPM :16420020

Alamat : Jl. Pakis gang 2 no 45, Surabaya

Program Studi :Manajemen

Fakultas :Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus 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 bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya 25 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan



(ERICHA VIRDANA PRASTIKA)

NPM: 16420020

SKRIPSI
PENGARUH GAYA HIDUP, SIKAP KONSUMEN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
WARDAH

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh:
ERICHA VIRDANA PRASTIKA
NPM : 16420020

TELAH DISETUJI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



WIWIK HERAWATI, SE., MM.

Tanggal 30 Juni 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, 06 Juli 2020

SKRIPSI
PENGARUH GAYA HIDUP, SIKAP KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

Ericha Virdana Prastika
NPM : 16420020

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



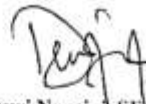
Wiwik Herawati, SE., MM

Ketua Tim Penguji



Atty Erdianna, SE., M.Ak

Anggota Tim Penguji



Dewi Nuraini, SE., M.SM

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal.....28 Juli 2020.....



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya maupun kasih sayangnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dan disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Strata I pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini peneliti dengan perasaan tulus serta syukur guna menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Wiwik Herawati, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing dengan sabar dan ikhlas memberikan arahan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi mulai awal hingga akhir.

5. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. Sebagai Dosen Wali yang senantiasa memberikan motivasi guna penyelesaian tugas ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu tingkat tinggi dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Kepada Ibu saya yang sudah membiayai kuliah saya, mendoakan saya dan memberi dukungan selama berkuliah dan menyelesaikan proses pembuatan skripsi ini.
8. Kepada keluarga dan Semua Sepupu saya yang telah mendoakan dan memotivasi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini
9. Kepada teman-teman Beauty Hijab (BH), Denada Nur, Silvia Murni, Leny Nur Khamida, Aliffia Hervina yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama proses pembuatan skripsi .
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang saya miliki. Oleh karena itu, mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian penelitian selanjutnya.

Surabaya, 25 Juni 2020

Ericha Virdana Prastika

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Skripsi	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengetian Gaya Hidup (<i>Life Style</i>)	8
2.1.1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup	8

2.1.1.2 Indikator Gaya Hidup.....	9
2.1.2 Pengertian Sikap Konsumen (<i>Consumer Attitude</i>).....	10
2.1.2.1 Fungsi Sikap	11
2.1.2.2 Indikator Sikap Konsumen	12
2.1.3 Harga (<i>Price</i>)	13
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.3.2 Penetapan Harga	14
2.1.3.3Indikator Harga	15
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian (<i>Purchasing Decisions</i>).....	16
2.1.4.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
2.1.4.2 Langkah-Langkah Keputusan Pembelian	17
2.1.4.3Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	23
2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis atau model analisis	23
2.3.2 Model Analisis dan Kerangka Berfikir	25
2.3.3 Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Populasi Dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	28

3.4	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.1	Variabel Bebas (X)	29
3.4.2	Variabel Terikat (Y)	31
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.1	Jenis Data	32
3.5.2	Sumber Data.....	32
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	33
3.7	Teknik Analisis	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.7.3	Uji Model Analisis.....	34
3.7.4	Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R)	35
3.7.5	Koefisien Determinasi Berganda (R ²).....	35
3.7.6	Uji Hipotesis (Uji t)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
4.3	Deskripsi Identitas Responden	40
4.4	Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	41
4.5	Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.5.1	Tanggapan Responden Tentang Gaya Hidup (X ₁).....	42
4.5.2	Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen (X ₂)	43
4.5.3	Tanggapan Responden Tentang Harga (X ₃).....	43

4.5.4. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.6 Hasil Analisis Data	45
4.6.1 Hasil Pengujian Validitas	45
4.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	48
4.7 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	49
4.7.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda	49
4.8 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	50
4.9 Uji Hipotesis	51
4.9.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	51
4.10 Pembahasan	54
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	58
5.3. Keterbatasan.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1	Data Identitas Responden	40
Tabel 4.2	Kategori Penilaian	41
Tabel 4.3	Jawaban Responden Tentang Gaya Hidup (X_1)	42
Tabel 4.4	Jawaban Responden Tentang Sikap Konsumen(X_2)	43
Tabel 4.5	Jawaban Responden Tentang Harga (X_3)	44
Tabel 4.6	Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Gaya Hidup (X_1)	46
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap Konsumen (X_2)	46
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X_3)	47
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	47
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas	48
Tabel 4.12	Nilai Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	51
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji t	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia Dari Tahun 2009-2013...	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan penjualan kosmetik Wardah dari tahun 2012 - 2014	3
Gambar 2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.2	Model Analisis	26
Gambar 3.1	Kurva Distribusi T.....	36
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Gaya Hidup (X_1) Terhadap Keputusan pembelian (Y).....	52
Gambar 4.2	Kurva Distribusi Uji t Sikap Konsumen (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	53
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji t Harga (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Kuisisioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Realibilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Berganda

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, (2) Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, (3) Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (4) Pengaruh gaya hidup, sikap konsumen dan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2020. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Sampel berjumlah 96 orang dengan teknik pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (2) sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (3) Harga Berpengaruh Signifikan terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. (4) gaya hidup, sikap konsumen dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Sikap Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The influence of lifestyle on purchasing decisions for Wardah cosmetics products, (2) The influence of consumer attitudes on purchasing decisions for Wardah cosmetic products, (3) The Effect of Prices on Purchasing decisions for Wardah cosmetic products (4) Effect of lifestyle, attitudes consumers and Prices together against the purchase decision of Wardah cosmetics products. This type of research used in this study is causal associative research. When this research was conducted in June 2020. The population in this study was female students. Faculty of Economics and Business, University of Wijaya Kusuma Surabaya. The sample was 96 people with purposive sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that, (1) lifestyle has a significant effect on purchasing decisions for Wardah cosmetics products at Wijaya Kusuma University Faculty of Economics and Business students (2) consumer attitudes have a significant effect on purchasing decisions Wardah cosmetics products at the University of Economics and Business Faculty students Wijaya Kusuma Surabaya (3) Prices have a Significant Influence on Wardah Cosmetics Product Purchasing decisions at Wijaya Kusuma University Faculty of Economics and Business students. (4) lifestyle, consumer attitudes and prices together have a significant effect on the purchase decision of Wardah cosmetics products at the Faculty of Economics and Business Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Keywords: Lifestyle, Consumer Attitudes, Price and Purchasing Decisions

