

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK SARI AYU
DI ALFA SUKOHARJO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Oleh:

RINI RUHANITA

2003081008

ILMU ADMINISTRASI BISNIS

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

2008

HALAMAN PERSETUJUAN

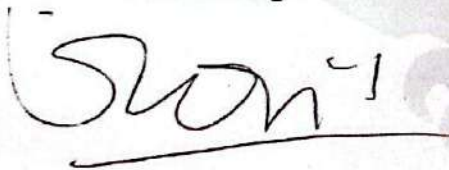
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik

Sari Ayu di Alfa Sukoharjo

Disetujui Untuk Dipertahankan Dihadapan Panitia Ujian Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sahid Surakarta

Persetujuan Pembimbing

Pembimbing I



(Dra. W. Chumaeson, M.Si)

Pembimbing II



(Eva Dewi Rahayu SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik

Sari Ayu di Alfa Sukoharjo

Telah Diuji dan Disahkan Oleh Panitia Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sahid Surakarta

Pada tanggal 02 Juni 2008

Panitia Ujian Skripsi :

Ketua

Dra. W. Chumaeson, M.Si

Sekretaris

Eva Dewi Rahayu, SE, MM

Anggota

Eko Kustati, S.Sos

(*W. Chumaeson*)
(*Eva Dewi Rahayu*)
(*Eko Kustati*)

Mengetahui,

Rektor Universitas Sahid Surakarta

(*Dr. Sujoko*)
Dr. Sujoko, MA

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rini Ruhanita
NIM : 2003081008
Mahasiswa Prodi : Ilmu Administrasi Bisnis
Alamat : Jambu Raya No.67 Komp.RRI Jajar, Surakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah Skripsi yang saya buat, betul-betul hasil karya saya sendiri dan belum pernah dibuat orang lain dan tidak menjiplak karya orang lain, kecuali yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari, terbukti ada karya yang dibuat ini menjiplak saya siap menanggung resiko dan siap diberikan sanksi Akademis.

Saya yang membuat pernyataan

(Rini Ruhanita)

MOTTO

Orang yang sukses tidak menunggu kesempatan, tetapi mencarinya

Makin tinggi cita-cita seseorang, makin tinggi pula posisinya nanti

Do'a adalah kekuatan terbesar yang ada pada diri kita



PERSEMBAHAN



Dengan segala rasa cinta dan kasih, skripsi ini
kupersembahkan untuk :

- Ayah dan ibu tercinta
- Saudarasaudaraku (kak Yana dan Aan)

tersayang

- Belahan Jiwaku
- Rekan-rekanku angkatan 2003
- Karyawan PT. Alfa Retailindo Tbk
- Diriku sendiri
- Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Sari Ayu Di Alfa Sukoharjo”**

Penulisan skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan Strata 1 di Universitas Sahid Surakarta. Penulis menyadari akan segala keterbatasan penulis, namun alhamdulillah dengan peran pembimbing serta keterlibatan banyak pihak, penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sujoko, MA selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta .
2. Ibu Setyasih Harini, SIP, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIPOL Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dra. W. Chumaeson, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Eva Dewi Rahayu, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen FISIPOL Universitas Sahid Surakarta yang telah banyak memberikan pengetahuan, wawasan, dan waktunya.

6. Bapak dan Ibu, serta saudara-saudaraku tercinta atas segala do'a dan pengorbanannya yang tiada hingga.
7. Teman dan Sahabat : Kiki, Hera, Amel, Ratna, Mas Boy, Chris, Rio, Lita, Nea, Yuli, Mas Andre serta rekan-rekan lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, atas semua dorongan semangat yang tiada henti, saran, serta do'anya.
8. Karyawan-karyawati PT. Alfa Retailindo Tbk atas kesempatan yang diberikan untuk tempat penelitian dan bantuan serta diskusi yang diberikan.
9. Terima kasih juga kepada belahan jiwaku (Mas Thomy) yang selama penulisan skripsi ini selalu memberikan motivasi dan semangat yang tiada henti.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga yang penulis lakukan bukan sebuah kesia-siaan. Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas banyaknya kekurangan pada penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan Ridho Allah SWT selalu bersama kita semua.

Surakarta,2008

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen produk kosmetik Sari Ayu di Alfa Sukoharjo dengan fokus pada pengaruh pendapatan, usia, pendidikan dan yang diutamakan membeli sebagai faktor-faktor dan merupakan variable-variabel dalam menentukan besarnya belanja. Maka dalam menentukan besarnya belanja produk kosmetik tersebut sangat dipengaruhi faktor pendapatan, usia, pendidikan dan yang diutamakan membeli produk tersebut.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor pendapatan, usia, pendidikan dan yang diutamakan membeli terhadap besarnya belanja produk kosmetik Sari Ayu di Alfa Sukoharjo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode sampling dengan pertimbangan bahwa penulis tidak mungkin meneliti seluruh konsumen/pengguna produk Sari Ayu di kota Sukoharjo, dengan menggunakan analisa model regresi untuk menentukan nilai nilai variable independent dan dependen.

Hasil analisa didapat nilai-nilai pendapatan sebesar 0,194, usia sebesar 0,198, pendidikan sebesar 0,186 dan utama beli sebesar 0,210, dan dapat disajikan hasil analisa regresi, model empiric (semilog): $Ln BB = 11,092 + 0,194 \text{ Pendpt} + 0,198 U + 0,186 \text{ Penddik} + 0,210 \text{ Utama}$. Dari hasil ini ditunjukkan bahwa terjadi perubahan nilai dari masing-masing variable pendapatan, usia, pendidikan dan utama membeli yang akan diikuti oleh perubahan besarnya belanja dengan arah positif.

Rekomendasi peneliti: bahwa untuk lebih meningkatkan hasil penjualan hendaknya memanfaatkan iklan di media cetak maupun elektronik. Bagian pemasaran harus memberikan bimbingan yang lebih baik kepada tenaga penjual mengenai produk kosmetik yang akan dijual, guna mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kata kunci: pendapatan, usia, pendidikan, utama.

ABSTRACT

This research is conducted for utilize to know the factors influencing behavior consumer of cosmetic product of Sari Ayu in Alfa Sukoharjo with the focus of earnings influence, age, education and majored reason to buy as factors and represent the variable-variabel in determining the level of expense. Hence in determining the level of the cosmetic product expense very influenced the earnings factor, age, education and majored buy the the product.

Research aim to know how dominant influence of earnings factor, age, education and majored reason buy to level of expense of product of cosmetic Sari Ayu in Alfa Sukoharjo. Research Method used sampling method with the consideration that writer not possible to check all consumer / user of product of Sari Ayu in Sukoharjo City, by using analysis model the regretion to determine the values of variable independent and dependen.

Result of analysis got a earnings values of equal to 0,194, age of equal to 0,198, education equal to 0,186 and especial buy equal to 0,210, and can be presented a result of analysis regresi, model the empiric (semilog): $\ln BB = 11,092 + 0,194 \text{ Pendpt} + 0,198 U + 0,186 \text{ Penddik} + 0,210 \text{ is especial}$. Than this result indicated that happened the change assess from each variable earnings, age, education and especial buy to be followed by change is level of expense with the positive direction.

Researcher recommendation: that to be more improve the sales revenue shall exploit advertisement in media print and also electronic. Part of marketing have to give the better tuition to seller energy of concerning cosmetic product to be sold, utilize to maintain the cutomer.

Keyword: earnings, age, education, especial, customer.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Arti dan Pentingnya Pemasaran.....	9
B. Pengertian Produk.....	14

C. Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran.....	25
D. Perilaku Konsumen	32
E. Kerangka Konsep.....	54
F. Hipotesa.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Teknik Pengambilan Sampel	57
D. Metode Pengumpulan Data.....	57
1. Metode Primer.....	58
2. Metode Sekunder.....	59
E. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	59
F. Metode Analisis Data.....	62
1. Uji Asumsi Klasik.....	62
2. Uji Regresi.....	63
3. Uji t.....	64
4. Uji F Statistic.....	65
5. Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	66

BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	67
B. Deskripsi Data.....	71

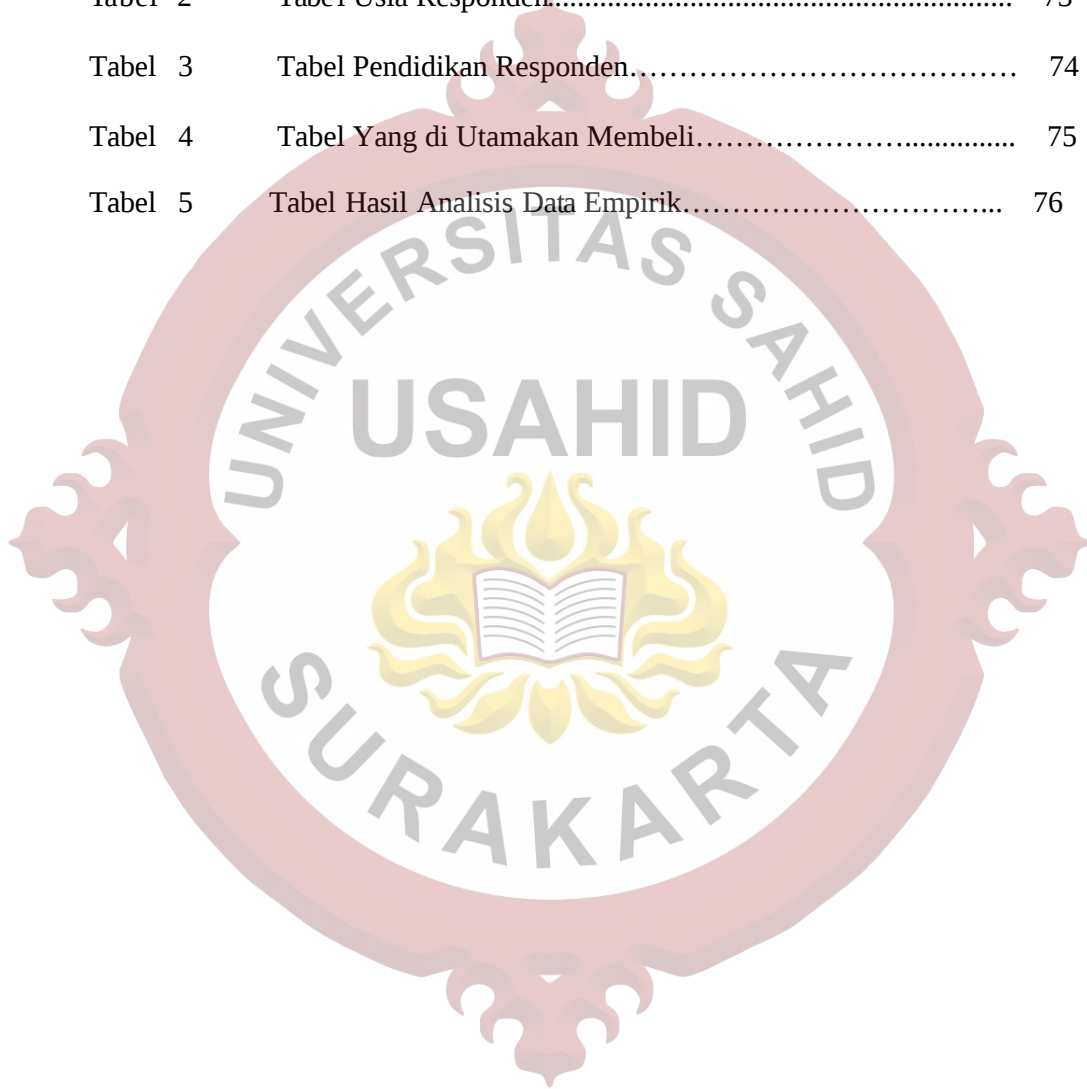
1. Variabel Pendapatan (X_1).....	71
2. Variabel Usia (X_2).....	73
3. Variabel Pendidikan (X_3).....	74
4. Variabel Utama dalam Membeli Produk (X_4).....	75
C. Hasil Analisa.....	76
1. Uji Sattistik t.....	77
2. Uji F Statistik	82
3. Koefisien Determinasi (R^2)	83
4. Uji Asumsi Klasik	83
D. Pembahasan.....	85
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
C. Keterbatasan.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Pendapatan Responden.....	71
Tabel 2	Tabel Usia Responden.....	73
Tabel 3	Tabel Pendidikan Responden.....	74
Tabel 4	Tabel Yang di Utamakan Membeli.....	75
Tabel 5	Tabel Hasil Analisis Data Empirik.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Stimulus Response Model.....	13
Gambar	2	Tiga Tingkat Produk.....	16
Gambar	3	Keputusan Penetapan Merek Yang Utama.....	24
Gambar	4	Model Perilaku Pembelian.....	34
Gambar	5	Model Dasar Bidang Psikologis.....	37
Gambar	6	Hierarki Kebutuhan Maslow.....	45
Gambar	7	Proses Pengamatan Secara Sederhana.....	47
Gambar	8	Proses Keputusan Pembeli.....	51
Gambar	9	Kerangka Konsep Penelitian.....	54
Gambar	10	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	78
Gambar	11	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	79
Gambar	12	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	80
Gambar	13	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	81
Gambar	14	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	82