

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN CITRA
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK EMINA**

(STUDI KASUS PADA REMAJA Di SURABAYA)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi
Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

Ridyaneta Alicia Yuniamartha

Nbi : 1121700040

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN CITRA
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK EMINA**

(STUDI KASUS PADA REMAJA Di SURABAYA)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi
Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

Ridyaneta Alicia Yuniamartha

Nbi : 1121700040

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ridyaneta Alicia Yuniamartha

NBI : 1121700040

Judul : Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Remaja Di Surabaya)


Surabaya, 16 Juni 2021

Mengetahui,

Disetujui oleh

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan ilmu politik

Dosen pembimbing
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM



Dr. IGN Anom Maruta, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

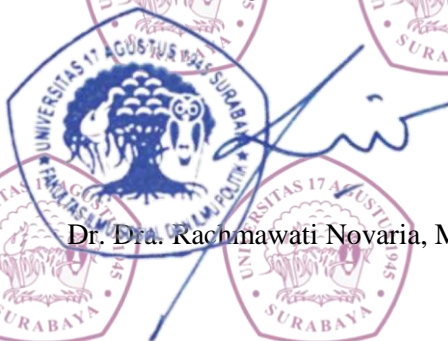
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 16 Juli 2021:

Dewan Penguji :

1. Dr. IGN Anom Maruta, MM
Ketua
2. Drs. Agung Pujianto, MM
Anggota
3. Dra. Hj. Sri Andayani, MM
Anggota

()
()
()

Mengesahkan Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,


Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ridyaneta Alicia Yuniamartha
Nbi : 1121700040
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Remaja Di Surabaya)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
 2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
 3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan di Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh
- Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 16 Juni 2021
Yang membuat Pernyataan



Ridyaneta Alicia Yuniamartha



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ridyaneta Alicia Yuniamartha
NBI : 1121700040
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Remaja di Surabaya).”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 16 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Ridyaneta Alicia Yuniamartha)

ABSTRAK

Saat ini pada era globalisasi, kemajuan industri kosmetik sangat berkembang pesat di dunia. Perusahaan harus pandai membentuk suatu citra produk yang positif dimata kosumen, hal itu membuat persepsi konsumen yang percaya dan menimbulkan rasa puas terhadap keputusan membeli produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. Dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Surabaya. Sampel yang digunakan berjumlah 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Independent sample t-test. Dari hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh Persepsi konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Citra Produk, Kosmetik

ABSTRACT

Currently in the era of globalization, the progress of the cosmetic industry is growing rapidly in the world. Companies must be good at forming a positive product image in the eyes of consumers, it makes the perception of consumers who believe and create a sense of satisfaction with the decision to buy the product. The method used in this research is quantitative. This research was conducted to determine the effect of consumer perception and product image on purchasing decisions for Emina's cosmetic products. By using a research instrument in the form of a questionnaire. The population in this study were teenagers in Surabaya. The sample used is 50 respondents. The analytical method used is the Independent sample t-test. From the results of the study showed that there was an influence of consumer perception and product image on Emina's Cosmetic Product Purchase Decision.

Keywords: Consumer Perception, Product Image, Cosmetics

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur Kepada Allah Bapa yang senantiasa melimpahkan segala Berkatnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan kontribusi dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM, selaku Kepala Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M selaku Dosen pembimbing 1
5. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M selaku Dosen pembimbing 2
6. Kedua Dosen Pembimbing saya yang selama ini penuh dengan kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan dalam menyempurnakan skripsi ini
7. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Program Studi Administrasi bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
8. Kedua orang tua dan keluarga saya atas doa - doa
9. Kepada Sari, Adit, Ruth, Ramses, Gladera, Mayumi, Devona, Yasinta, Betsy, Rossy, Mark, Jaemin, Jaehyun yang telah memberikan dukungan moral serta motivasi kepada saya

Semoga partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi Berkat, dan mendapatkan balasan dari Allah Bapa. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Surabaya, 16 Juni 2021



Ridyaneta Alicia Yuniamartha

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kerangka Dasar Teori	7

2.2.1	Teori Manajemen Pemasaran	7
2.2.2	Teori Perilaku Konsumen	8
2.3	Konseptualisasi	12
2.4	Kerangka Berpikir	14
2.5	Hipotesis	14
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1	Rancangan Desain Penelitian	15
3.2	Populasi dan Sampel	15
3.3	Instrumen Penelitian	16
3.4	Teknik Pengumpulan Data	16
3.5	Teknik Analisis Data	16
3.5.1	Uji Instrumen	17
3.5.2	Uji Hipotesis	17
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	18
BAB IV	HASIL PENELITIAN	19
4.1	Profil Perusahaan	19
4.2	Struktur Organisasi	20
4.3	Karakteristik Responden	21
4.3.1	Jenis Kelamin	21
4.3.2	Usia	21
4.3.3	Pendapatan	22
4.4	Uji Validitas	22

4.5 Uji Reliabilitas	26
4.6 Tabulasi Data	27
4.6.1 Tabulasi Data Variabel Persepsi Konsumen	27
4.6.2 Tabulasi Data Citra Produk	29
4.6.3 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	31
4.6.4 Rekapitulasi Jawaban Responden	32
4.7 Uji Regresi Linier Berganda	34
4.7.1 Uji T	36
4.7.2 Uji F	36
4.7.3 Pengujian Hipotesis	37
4.7.4 Pengujian Hipotesis dengan Uji F	38
4.8 Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Terdahulu	5
Tabel 2.2 Konseptualisasi	12
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	21
Tabel 4.2 Usia	21
Tabel 4.3 Pendapatan	22
Tabel 4.4 Uji Validitas X1	23
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen	23
Tabel 4.6 Uji Validitas X2	24
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Citra Produk	24
Tabel 4.8 Uji Validitas Y	25
Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian	26
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas X1	26
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas X2	26
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Y	27
Tabel 4.13 Jawaban Tabulasi Variabel Persepsi Konsumen (X1)	27
Tabel 4.14 Jawaban Tabulasi Citra Produk	29
Tabel 4.15 Jawaban Tabulasi Keputusan Pembelian	31
Tabel 4.16 Rekapitulasi Pernyataan Persepsi Konsumen (X1)	32
Tabel 4.17 Rekapitulasi Pernyataan Citra Produk (X2)	33
Tabel 4.18 Rekapitulasi Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)	34
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4.20 Uji t	36
Tabel 4.21 Uji F	36
Tabel 4.22 Rsquare	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	14
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Paragon Technology and Innovation	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	45
Lampiran 2. Lembar Perintah Revisi	48
Lampiran 3. Hasil Turnitin	51