

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA  
REMAJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :**

**NOVITA JUNI ANDRIYANI**  
**NPM : 1511505419**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial  
Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada  
Remaja**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :**

**NOVITA JUNI ANDRIYANI**

**NPM: 1511505419**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA : NOVITA JUNI ANDRIYANI**  
**NPM : 1511505419**  
**JUDUL : HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA  
SOSIAL DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK PADA REMAJA**

**Surabaya, 03 Januari 2022**  
**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pembimbing I**



**Dr.Rr. Amanda Pasca Rini,**  
**S.Psi, M.Si.,Psikolog**

**Dosen Pembimbing II**



**Eko April Ariyanto, S. Psi, M. Psi.**

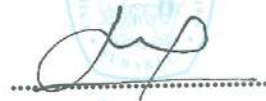
## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi

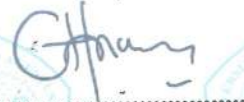
Pada Tanggal: 08 Januari 2022

Dewan Penguji :

1. Drs. Sahat Saragih, ,M.Si



2. Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, S.Psi, M.Si.,Psikolog



3. Eko April Ariyanto, S. Psi, M. Psi.



Mengesahkan,  
Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,



Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog  
NPP: 20510.02.0552

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Juni Andriyani  
NPM : 1511505419  
Program Studi : Psikologi  
Judul Skripsi : Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja” ini seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya, apabila dikemudian hari adanya pelanggaran dan pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Surabaya, 08 Januari 2022



(Novita Juni Andriyani)



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 : Novita Juni Andriyani  
Nbi : 1511505419  
Fakultas : Psikologi  
Program Studi : Sarjana Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

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

### Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Nonexclusive 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 : 08 Januari 2022

Yang Menvatakan



1000  
METERAI  
TEMPEL  
48DAJX686224678  
Novita Juni Andriyani

## MOTTO

*Sesungguhnya sesudah kesulitan akan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap*  
(Qs. Al-Insyiroh : 6-8)

**"Sekali terjun dalam perjalanan jangan pernah mundur sebelum meraihnya, yakin usaha sampai, karena sukses itu harus melewati banyak proses, bukan hanya menginginkan hasil akhir dan tahu beres tapi harus selalu *keep on progress*. Meskipun kenyatannya banyak hambatan dan kamu pun sering dibuat stres percayalah tidak ada jalan lain untuk meraih sukses selain melewati yang namanya proses". (Armeliani)**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Novita Juni Andriyani  
NBI : 1511505419  
Program Studi : Psikologi  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 14 Juni 1996  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 4 (Empat) / 4 (Empat)  
Alamat : Perum. Taman Wisata  
Tropodo Waru-Sidoarjo  
Status : Belum Menikah



### B. Orang Tua

Nama Ayah : Ir. Heru Prasetyo Purnomo  
Nama Ibu : Anis Nur'aini  
Alamat : Perum Taman Wisata Tropodo Waru-Sidoarjo  
Pekerjaan : Wiraswasta

### C. Riwayat Pendidikan

- TK Al-Amin Surabaya Tahun 2002
- SD Al-Kautsar Surabaya Tahun 2008
- SMP A. Wahid Hasyim Tebuireng Jombang Tahun 2011
- SMA Hangtuah 2 Sidorajo Tahun 2014
- Tamat Kuliah Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Tahun 2022

Surabaya, 08 Januari 2022

Novita Juni Andriyani



## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Bismillahirrohmanirrohim**

**Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang  
Dengan ini saya persembahkan karya skripsi ini untuk :**

**Allah S.W.T**

Pertama saya hendak mempersembahkan skripsi ini kepada Allah S.W.T karena memberi kesehatan dan kekuatan dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir saya di tengah pandemi Covid-19 ini hingga selesai.

**Keluarga Saya**

Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan mama membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Terima kasih karena selalu ada untukku

**Kedua Dosen Pembimbing saya**

Terima kasih banyak telah relakan meluangkan waktu, tenaga dan keluarganya untuk membimbing saya ketika pandemi ini. Maaf jika saya sebagai anak bimbing kalian tidak bisa berusaha semaksimal mungkin. Semoga kalian sehat selalu

**Diri Saya Sendiri**

Alhamdulillah kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan mampu bertahan dengan kejutan dari dunia yang luar biasa hingga sampai ke tahap ini

**“TERIMA KASIH BANYAK UNTUK SEMUANYA”**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Psikologi (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Demi menyempurnakan skripsi ini, peneliti sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan segala hormat, kerendahan dan ketulusan hati, peneliti menyampaikan terimakasih yang tidak terkira atas segala bantuan baik moril maupun materil kepada:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr.Rr. Amanda Pasca Rini, S.Psi, M.Si.,Psikolog, Selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr.Rr. Amanda Pasca Rini, S.Psi, M.Si.,Psikolog, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan saran dengan penuh kesabaran kepada peneliti sampai terselesaikanya skripsi ini.
4. Eko April Ariyanto, S.Psi.,M.Psi., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbinganya, mengarahkan, mengoreksi dan sangat mengerti kondisi peneliti selama proses penelitian berlangsung.
5. Aliffia Ananta, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Wali terimakasih telah memberikan bimbingan, dorongan selama peneliti kuliah hingga terselesaikanya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi UNTAG Surabaya, yang telah memberikan makna akademis yang sangat berarti, yang telah memberi pengajaran ilmu-ilmu dan mendidik peneliti selama menempuh studi, serta ikut melibatkan peneliti dalam beberapa jenis pekerjaan dan penelitian tertentu sehingga memperkaya peneliti

dengan pengalaman. Semoga ilmu dan jasa yang Bapak/Ibu berikan bermanfaat dan dapat di terapkan dalam kehidupan.

7. Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang memudahkan proses administratif, sehingga tidak dijumpai kendala apapun dalam hal yang berkaitan dengan proses administratif mahasiswa.
8. Keluarga saya tercinta, cinta kasihmu yang sangat tulus semenjak kecil mendampingi peneliti hingga sekarang, mampu mengajarkan peneliti tentang agama dan nilai-nilai kehidupan, kasih sayang, serta pendidikan dengan sangat sabar dan luar biasa.
9. Seluruh subyek penelitian dan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini, semoga penelitian yang sederhana ini mampu memberikan manfaat dan keberkahan bagi semua.
10. Buat Mohammad Haidar Ali dan para teman-teman sekitar saya terutama mbak Yulianti, Dina, Insyiah, Audy, dan terimakasih banyak sudah mendorong, sayang kepada peneliti dan peduli dengan peneliti.

Akhir kata, peneliti meminta maaf apabila di dalam karya tulis peneliti masih terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Jadi, peneliti mengharapkan saran serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak, untuk dapat meningkatkan bobot keilmiah karya tulis peneliti yang sangat sederhana ini. Sekian dan terimakasih.

Surabaya, 08 Januari 2022  
Penyusun

Novita Juni Andriyani

## ABSTRAK

### HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA REMAJA

Novita Juni Andriyani

Email : [novitajuniandriyani14@gmail.com](mailto:novitajuniandriyani14@gmail.com)

Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

#### Abstrak

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan keputusan pembelian produk kosmetik pada remaja. Populasi dalam penelitian ini adalah siswi kelas XII SMA Hangtuah 2 Sidoarjo. Sedangkan sample dalam penelitian ini berjumlah 105 responden. Penelitian dilakukan dengan penyebaran angket dengan *puposive sampling*. Teknik korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dan keputusan pembelian adalah teknik *pearson product moment* pada program *Statistic Package For Social Science (SPSS)* versi 25.0. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan cukup signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan keputusan pembelian produk kosmetik pada remaja ( $R_{xy} = 0,209$ ,  $r^2 = 0,044$ ,  $p = 0.032$ ). Variabel intensitas penggunaan media sosial mempengaruhi Variabel keputusan pembelian sebesar 4,4%. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial remaja maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian produk kosmetik. Sebaliknya jika intensitas penggunaan media sosial rendah maka keputusan pembelian pun rendah.

**Kata Kunci:** *intensitas penggunaan media sosial, keputusan pembelian, remaja*

**ABSTRACT**  
**RELATIONSHIP BETWEEN THE INTENSITY OF SOCIAL MEDIA USE**  
**AND THE PURCHASE DECISION OF COSMETIC PRODUCTS IN**  
**YOUTH**

Novita Juni Andriyani

Email : [novitajuniandriyani14@gmail.com](mailto:novitajuniandriyani14@gmail.com)

Psychology, Faculty of Psychology, University of 17 August 1945 Surabaya

**Abstract**

**Abstract.** *This study aims to determine the relationship between the intensity of the use of social media with the decision to purchase cosmetic products in adolescents. The population in this study was class XII students of SMA Hangtuh 2 Sidoarjo. While the sample in this study amounted to 105 respondents. The research was conducted by distributing questionnaires with purposive sampling. The correlation technique used to determine the relationship between the intensity of social media use and purchasing decisions is the Pearson product moment technique in the Statistical Package For Social Science (SPSS) version 25.0 program. The results showed that there was a significant relationship between the intensity of social media use and the decision to purchase cosmetic products in adolescents ( $R_{xy} = 0.209$ ,  $r^2 = 0.044$ ,  $p = 0.032$ ). Variable X affects Variable Y by 4.4%. This shows that the proposed hypothesis is accepted. This means that the higher the intensity of adolescent social media use, the higher the decision to purchase cosmetic products. On the other hand, if the intensity of social media use is low, the purchase decision will be low.*

**Keywords:** *intensity of use of social media, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN TIDAK MELAKUKAN PENJUPLAKAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PESEMPAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	4
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Manfaat Penelitian .....	5
C. Keaslian Peneliti.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Keputusan Pembelian.....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	10
3. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	11
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	14
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	14
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	15
3. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	16

4. Ciri-Ciri Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	17
C. Remaja.....	18
1. Pengertian Remaja .....	18
2. Ciri-Ciri Remaja.....	18
3. Tugas Perkembangan Remaja.....	20
4. Tahapan Perkembangan Remaja .....	20
D. Kerangka Berfikir .....	21
E. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Populasi dan Sampel .....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	25
B. Desain Penelitian.....	26
C. Instrumen Pengambilan Data .....	26
1. Skala Keputusan Pembelian.....	26
2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	27
D. Validitas dan Realibilitas Alat Ukur .....	28
1. Uji Validitas .....	28
2. Hasil Uji Validitas Skala Keputusan Pembelian .....	29
3. Hasil Uji Validitas Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	29
4. Realibilitas Alat Ukur .....	30
E. Teknik Analisis Data .....	30
F. Uji Prasyarat dan Analisa Data .....	30
1. Uji Prasyarat.....	30
a. Uji Normalitas.....	30
b. Uji Linearitas.....	31
2. Analisa Data .....	31
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pelaksanaan Penelitian .....	33
B. Hasil Penelitian.....	33
C. Pembahasan.....	34
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>41</b>
A. Kesimpulan .....	41
B. Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penilaian Aitem Skala Likert.....	26
Tabel 2	Sebaran Aitem Keputusan Pembelian Sebelum Uji Coba .....	27
Tabel 3	Sebaran Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebelum Uji Coba.....	28
Tabel 4	Sebaran Aitem Skala Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba .....	29
Tabel 5	Sebaran Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Setelah Uji Coba.....	29
Tabel 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 7	Hasil Uji Normalitas .....	31
Tabel 8	Hasil Uji Linieritas Alat Ukur .....	31
Tabel 9	Hasil Perhitungan Korelasi <i>Product Moment</i> .....	33
Tabel 10	Hasil dari RSquared .....	34
Tabel 11	Perhitungan Means Teoritik Dan Empiris.....	34

## Daftar Gambar

Gambar 1.1	Kerangka Berpikir Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian .....	23
------------	------------------------------------------------------------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Skala Aitem Keputusan Pembelian .....	47
Lampiran B	Skala Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	53
Lampiran C	Tabulasi data Keputusan Pembelian .....	59
Lampiran D	Tabulasi Data Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	65
Lampiran E	Hasil Analisis Validitas dan Realibilitas Aitem Keputusan Pembelian .....	69
Lampiran F	Hasil Analisis Validitas dan Realibilitas Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	73
Lampiran G	Hasil Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Correlation	.77
Lampiran H	Surat Penelitian Izin .....	79