

**PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF DAN
KONSEP DIRI TERHADAP TINGKAT
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
PADA MAHASISWI DI FAKULTAS ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



Irma Nurjannah

4825162096

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh perilaku konsumtif dan konsep diri terhadap tingkat pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta khususnya pada mahasiswi angkatan 2016.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta khususnya pada angkatan 2016. Waktu penelitian dilakukan selama bulan April 2020-Juli 2020. Subjek Penelitian ini terdiri dari 81 responden dari angkatan 2016 dengan menggunakan teknik *sampling* yaitu *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan total keseluruhan 58 item pernyataan. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dan *Microsoft Excel*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dan konsep diri berpengaruh negatif terhadap tingkat pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016. Hal ini dibuktikan melalui tiga hal. Pertama, hasil uji parsial variabel X1 berpengaruh negatif terhadap variabel Y, kemudian hasil uji parsial variabel X2 berpengaruh negatif terhadap variabel Y. Kedua, hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 bersama-sama berpengaruh negatif terhadap variabel Y. Terakhir, hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.103. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 hanya berpengaruh sebesar 10.3% terhadap variabel Y, sisanya 89.7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar perilaku konsumtif dan konsep diri.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Konsep Diri, Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah

ABSTRACT

The Influence of Consumptive Behavior and Self-Concepts Against Purchasing Rate Wardah Cosmetics Products for Students at the Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta, 2020.

This study to the purpose of examining the impact consumptive behavior and self-concepts towards the purchase rate of Wardah cosmetics products for female students at the Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, especially in 2016 female students.

This study uses a quantitative approach with a survey method. The location of the research was conducted at the Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta, especially in the generation of 2016. The research was conducted during April 2020-July 2020. The subjects of this study consisted of 81 respondents from the 2016 class using a sampling technique, namely nonprobability sampling with purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires with a total of 58 item statements. Data processing and analysis techniques used SPSS 16.0 and Microsoft Excel applications.

The results showed that consumptive behavior and self-concept negative effect on the purchase rate of Wardah cosmetic products for female students at the Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, the generation of 2016. This was proven in three things. First, the results of the partial test of variable X1 negative effect on variable Y, then the results of the partial test of variable X2 negative effect on variable Y. Second, the result test simultaneous shows that the variable X1 and X2 together have a negative effect on variable Y. Finally, the test results are the coefficient of determination of 0.103. This shows that the variables X1 and X2 only affect 10.3% of variable Y, the remaining 89.7%; by other factors outside of consumptive behavior and self-concept.

Keywords: Consumptive Behavior, Self-Concept, Purchasing Rate Wardah Cosmetics Products



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irma Nurjannah
NIM : 4825162096
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Sosiologi
Alamat email : Irmanurjannah70@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian
Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta


Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 27 Agustus 2020

Penulis


(Irma Nurjannah
nama dan tanda tangan)





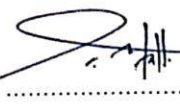
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



NIP. 196101211990032001

No	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Abdul Rahman Hamid, SH., MH</u> NIP. 197405042005011002 Ketua Sidang		24-08-2020
2.	<u>Dra. Rosita Adiani, MA</u> NIP. 196008131987032001 Sekretaris Sidang		24-08-2020
3.	<u>Dr. Asep Suryana, M.Si</u> NIP. 197104032005011003 Penguji Ahli		19-08-2020
4.	<u>Dr. Evy Clara, M.Si</u> NIP. 195909271984032001 Dosen Pembimbing I		25-08-2020
5.	<u>Dr. Ahmad Tarmiji Alkhudri, M.Si</u> NIDK. 8856100016 Dosen Pembimbing II		19-08-2020

Tanggal Lulus: 14 Agustus 2020

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Nurjannah

NIM : 4825162096

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta” ini sepenuhnya karya sendiri, tidak ada bagian didalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, 14 Agustus 2020



Irma Nurjannah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Melakukan kesalahan itu wajar, bukan hanya kamu tapi semua orang pasti melakukan itu, lakukan apapun sebaik mungkin selama kamu bisa melakukannya”



Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan doa, motivasi serta finansial sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang sudah membuat skripsi ini dengan seluruh kemampuan mengarang saya yang jauh dari kata sempurna.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya serta pertolongan dan kemudahan dalam hidup, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Asmahwati dan Bapak Faradin M. Sidik serta kedua kakak saya dan adik saya yang telah memberikan doanya untuk kelancaran penulisan skripsi ini, tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Maka, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Dr. Umasih, M.Hum** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. **Abdul Rahman Hamid, SH, MH** selaku Koordinator Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang telah menyetujui pengajuan skripsi ini.
3. **Dr. Evy Clara, M.Si** selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya dalam membimbing skripsi serta memberikan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
4. **Dr. Ahmad Tarmiji Alkhudri, M.Si** selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya dalam membimbing skripsi serta memberikan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
5. **Dr. Asep Suryana, M.Si** selaku Penguji Ahli. Terima kasih telah memberikan masukan dan saran yang berharga sehingga penulis dapat melengkapi kekurangan skripsi ini dengan baik.
6. **Abdul Rahman Hamid, SH, MH** selaku Ketua Sidang. Terima kasih telah memberikan saran sehingga penulis dapat melengkapi kekurangan skripsi ini.
7. **Dra. Rosita Adiani, MA** selaku Sekretaris Sidang. Terima kasih telah memberikan saran-saran baik dalam penulisan skripsi ini.

8. Para dosen pengajar Program Studi Sosiologi dan Pendidikan Sosiologi. Terima kasih atas ilmu dan hal-hal baik yang telah diberikan selama kegiatan perkuliahan.
9. Kepada diri saya sendiri yang sudah menyelesaikan skripsi ini dengan perjuangan dan keluh kesah setiap harinya.
10. Kepada seluruh responden Angkatan 2016 di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang sudah bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner saya untuk menunjang data penelitian skripsi saya.
11. Teman-teman baik saya Anissa Puspita, Ferenina Putri Hapsari, Inas Fauziyyah, Sekar Melati, Shavira Fidelia, Fajar Fakhru Fauzi dan Excel Alkamandaka yang telah memberikan semangat, saran dan mendengarkan keluh kesah saya dalam penulisan skripsi serta menemani hari-hari saya selama perkuliahan.
12. Teman-teman Sosiologi A 2016. Terima kasih telah bekerjasama dalam mengerjakan tugas perkuliahan dengan baik.
13. Kepada Grup EXO. Terima kasih telah membuat saya lebih bersemangat mengerjakan skripsi berkat lagu-lagu kalian.
14. Terakhir, terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini.

Terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga skripsi penulis dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat membantu dalam penelitian selanjutnya. Penulis mohon maaf apabila masih terdapatnya kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kedepannya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Irma Nurjannah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SKEMA	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	11

1.6 Kerangka Teori	26
1.6.1 Tingkat Pembelian Produk Kosmetik	26
1.6.2 Perilaku Konsumtif.....	32
1.6.3 Konsep Diri.....	35
1.7 Hipotesis Penelitian.....	38
1.8 Metodologi Penelitian	41
1. Pendekatan dan Metode Penelitian	41
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
4. Variabel dan Instrumen Penelitian.....	42
5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
6. Teknik Analisis Data	51
7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
1.7.1 Uji Validitas Instrumen.....	54
1.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen	58
1.9 Sistematika Penulisan.....	61
BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	62
2.1 Struktur Sosial di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016	62

2.2 Aktivitas dan Pemilihan Merk Kosmetik Oleh Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016.....	67
2.3 Gambaran Umum Karakteristik Responden	69
BAB III HASIL PENELITIAN DAN UJI HIPOTESIS.....	79
3.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	79
3.1.1 Variabel Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah	79
3.1.2 Variabel Konsep Diri.....	88
3.1.3 Variabel Perilaku Konsumtif	97
3.2 Regresi Logistik Ordinal.....	104
3.2.1 Uji Parsial	104
3.2.2 Uji Simultan	105
3.2.3 Uji Kecocokan Model	106
3.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R)	107
3.2.5 Uji Koefisien Regresi Logistik	109
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	110
4.1. Pembahasan Pengujian Hipotesis	111
1. Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016	111

2. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016	112
3. Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016.....	113
4.2 Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri Terhadap Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Mahaiswi Angkatan 2016.....	114
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	131
RIWAYAT HIDUP	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tinjauan Penelitian Sejenis	23
Tabel 1.2	Jumlah Mahasiswa Aktif di FIS UNJ Angkatan 2016.....	43
Tabel 1.3	Pilihan dan Nilai Jawaban Untuk Setiap Butir Pernyataan.....	46
Tabel 1.4	Operasionalisasi Konsep Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Y).....	47
Tabel 1.5	Operasionalisasi Konsep Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	49
Tabel 1.6	Operasionalisasi Konsep Variabel Konsep Diri (X2).....	50
Tabel 1.7	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah(Y)	55
Tabel 1.8	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	56
Tabel 1.9	Hasil Uji Validitas Variabel Konsep Diri (X2)	57
Tabel 1.10	Kriteria Uji Reliabilitas Guilford	58
Tabel 1.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Y).....	59
Tabel 1.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	59
Tabel 1.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konsep Diri (X2).....	59
Tabel 2.1	Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Program Studi	65
Tabel 2.2	Uang Saku Perhari Mahasiswi di FIS Angkatan 2016	66
Tabel 2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Stud.....	70
Tabel 2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Membeli Produk Kosmetik	73
Tabel 2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Kosmetik Perbulan	74

Tabel 2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pengguna Produk Kosmetik Wardah.....	76
Tabel 2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Produk Kosmetik Saat Keluar Rumah.....	77
Tabel 3.1	Statistik Deskriptif Variabel Tingkat Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Y).....	80
Tabel 3.2	Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	89
Tabel 3.3	Statistik Deskriptif Variabel Konsep Diri (X2).....	97
Tabel 3.4	Hasil Uji Parsial.....	105
Tabel 3.5	Hasil Uji Simultan.....	106
Tabel 3.6	Hasil Uji Kecocokan Model.....	107
Tabel 3.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	108
Tabel 3.8	Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik.....	109

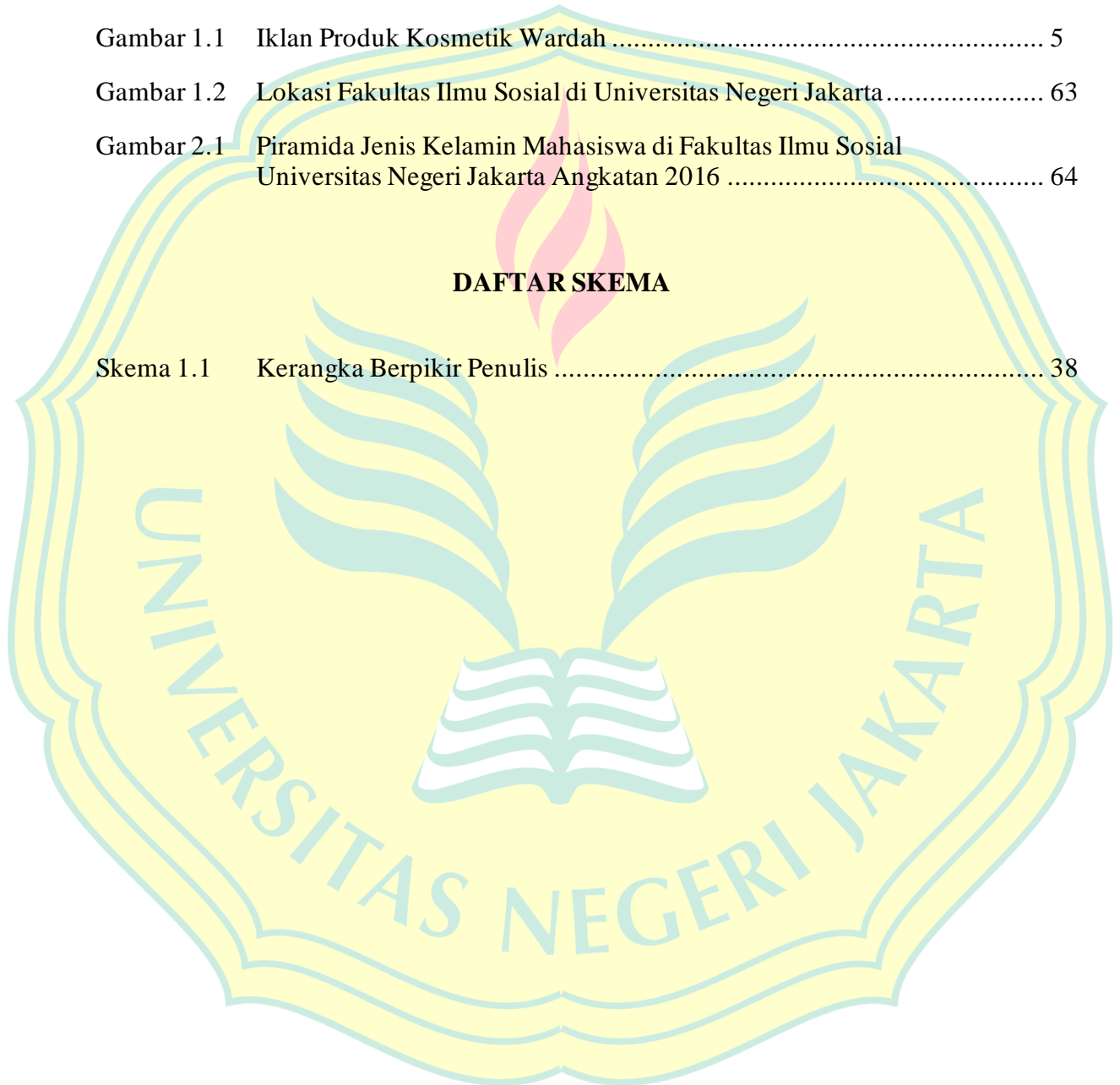


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Iklan Produk Kosmetik Wardah	5
Gambar 1.2	Lokasi Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Jakarta	63
Gambar 2.1	Piramida Jenis Kelamin Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016	64

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1	Kerangka Berpikir Penulis	38
-----------	---------------------------------	----



DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1	Uang Saku Perhari Mahasiswi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2016	67
Grafik 2.2	Program Studi Responden.....	71
Grafik 2.3	Usia Responden.....	72
Grafik 2.4	Pengeluaran Dalam Membeli Produk Kosmetik Perbulan Responden	74
Grafik 2.5	Frekuensi Pembelian Produk Kosmetik Responden.....	75
Grafik 2.6	Lama Pengguna Produk Kosmetik Wardah Responden	77
Grafik 2.7	Menggunakan Produk Kosmetik Saat Keluar Rumah Responden	78
Grafik 3.1	Dimensi Loyalitas Merk	82
Grafik 3.2	Dimensi Kondisi Kulit	83
Grafik 3.3	Dimensi Pengaruh <i>Word of Mouth</i>	85
Grafik 3.4	Dimensi <i>Brand Association</i>	87
Grafik 3.5	Dimensi Pembelian Impulsif	90
Grafik 3.6	Dimensi Pembelian Berlebihan	92
Grafik 3.7	Dimensi Mencari Kesenangan.....	93
Grafik 3.8	Dimensi Mengejar Kepuasan Akan Status Sosial	95
Grafik 3.9	Dimensi Persepsi	98
Grafik 3.10	Dimensi Interpretasi.....	100
Grafik 3.11	Dimensi Respons.....	102