

ABSTRAK

Indah Astika Sari, *Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2019. Dosen Pembimbing: Dra. Hamiyati, M.Si dan Raha, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fungsi *peer group* terhadap pengambilan keputusan pembelian (pencarian informasi) produk kosmetik pada remaja. Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Menengah Pertama 140 Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode survey. Populasi pada penelitian ini adalah siswi kelas IX, dengan jumlah sampel 70 responden. Teknik pengambilan data menggunakan teknik *simple random sampling*. Uji hipotesis data yang digunakan adalah korelasi koefisien *product moment* dengan hasil disimpulkan $r_{xy\text{hitung}} > r_{xy\text{tabel}}$, atau $0,704 > 0,235$. Hasil uji t dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh $8,17 > 1,995$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yang berarti H_0 ditolak atau signifikan, dengan kata lain, fungsi *peer group* mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian (pencarian informasi) produk kosmetik yang terjadi pada remaja putri Sekolah Menengah Pertama 140 Jakarta. Perhitungan uji regresi diperoleh hasil perhitungan $F_{\text{hitung}} -0,04$ dan $F_{\text{tabel}} 1,75$ sehingga $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah linear. Kontribusi fungsi *peer group* terhadap pengambilan keputusan pembelian (pencarian informasi) sebesar 49,56%, sedangkan sisanya yaitu 50,44% ditentukan dengan faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Pengambilan Keputusan Pembelian, Pencarian Informasi, Fungsi *Peer Group*, Produk Kosmetik

ABSTRACT

Indah Astika Sari, *The Influence of Peer Group Function of Purchasing Decisions (Information Search) Cosmetic products in teenagers*. Undergraduate Thesis, Vocational Education Program of Family Welfare, Faculty of Engineering, State University of Jakarta, 2019. Supervisor: Dra. Hamiyati, M.Si and Rasha, M.Pd.

This research aim to knowing the influence of peer group function of purchasing decisions (information search) cosmetic products in teenagers. This research was conducted at the 140 Junior High School in Jakarta. This research method using survey method. Population in this reseach is student grade nine, with the total sample is 70 respondents. Data was taken by using simple random sampling. The hypothesis test data used is product moment correlation coefficient with result $r_{xyhitung} > r_{xytabel}$, atau $0,704 > 0,235$. Result of t-test with significance level 0.05 obtained $8,17 > 1,995$ or $t_{hitung} > t_{tabel}$ which means H_0 rejected or significant, in other words peer group function influence of purchasing decisions (information search) cosmetic products that happened teenage girl at 140 Publik Junior High School in Jakarta. Result of regression obtained $F_{hitung} -0,04$, and $F_{tabel} 1,75$ so that $F_{hitung} < F_{tabel}$ it can be concuded that the regression equation model is linear. Contribution peer group function of purchasing decisions (information search) cosmetic products in teenagers as big as 49,56%, and the remaining 50,44% is determined by other factors which is not examined.

Keywords: Purchasing Decision, Information Search, Peer Group Function, Cosmetic products