

## ABSTRAK

**Nindya Dwiana Putri.** Hubungan Pengetahuan Kandungan Kosmetika Dengan Keputusan Pembelian Kosmetika Perawatan Wajah (Survey di SMKN 3 Bogor). Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2020. Dosen Pembimbing: Nurina Ayuningtyas dan Neneng Siti Silfi Ambarwati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara pengetahuan kandungan kosmetika dengan keputusan pembelian kosmetika perawatan wajah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Prosedur pengumpulan data menggunakan teknik tes dan kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden siswi SMKN 3 Bogor jurusan Kecantikan. Uji persyaratan analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,191 untuk variabel pengetahuan kandungan kosmetika (X) dan 0,180 untuk variabel keputusan pembelian kosmetika perawatan wajah (Y), yang artinya keduanya lebih besar dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 dan dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu untuk uji linearitas, hasil menunjukkan bahwa uji linearitas sebesar 0,01, sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel memiliki data yang linier. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji koefisien *product moment* dan uji t. Hasil menunjukkan r hitung sebesar 0,591, yang artinya lebih besar dari r tabel yaitu 0,361, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil uji t menunjukkan t hitung sebesar 3,882 dan lebih besar dari t tabel yaitu 1,701, yang berarti kedua variabel mempunyai hubungan yang signifikan. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan kandungan kosmetika (X) dengan keputusan pembelian kosmetika perawatan wajah (Y) pada siswi SMKN 3 Bogor jurusan kecantikan.

**Kata Kunci : Hubungan, Pengetahuan, Kandungan Kosmetika, Keputusan Pembelian Kosmetika Perawatan Wajah.**

## **ABSTRACT**

**Nindya Dwiana Putri.** *The Relation of Cosmetics Content Knowledge with Skincare Cosmetics Buying Decision (Survey at SMKN 3 Bogor).* Skripsi, Jakarta: Cosmetology Vocational Education Study Program, Faculty Of Engineering, Jakarta State University, 2020. Supervisor: Nurina Ayuningtyas dan Neneng Siti Silfi Ambarwati.

*This research aims to determine whether there is a relationship between cosmetics ingredients/content knowledge and buying decisions on skin care cosmetics. This research uses quantitative research methods with surveys form. The data collection procedure used a questionnaire technique that was distributed to 30 respondents which are students of SMKN 3 Bogor majoring in Cosmetology. The test requirements analysis used by researchers in this study is the Kolmogorov-Smirnov normality test which shows a probability value (Sig.) Of 0.191 for the cosmetics content knowledge variable (X) and 0.180 for the cosmetics purchase decision variable (Y), which means both greater than the significance level ( $\alpha$ ) 0.05. This states that the population is normally distributed. In addition to the linearity test, the results show that the linearity test is 0.01, so it can be concluded that the sample has linear regression. Hypothesis testing in this study uses the product moment coefficient test and t test. The results show that count is 0.591, which means it is bigger than r table, that is 0.361, which means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. The t test results showed that t count was 3.882 and it was greater than t table that is 1.701, which means that the two variables have a significant relationship. It can be concluded that there is a significant relationship between cosmetics content knowledge (X) and the decision to purchase cosmetics for facial treatments (Y) in SMK 3 Bogor beauty majors.*

**Keywords:** *Relation, Knowledge, Cosmetics Content, Cosmetics Purchasing Decisions*