

SKRIPSI

**HUBUNGAN PROMOSI TANGGAL KEMBAR DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF KOSMETIK PENGGUNA MARKETPLACE**

**(Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta
Angkatan 2018-2022)**



ARAMINTA LEILANI

NIM. 1516618026

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

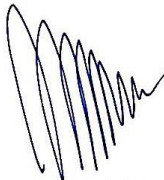
2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Promosi Tanggal Kembar Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik
Pegguna Marketplace
Penyusun : Araminta Leilani
NIM : 1516618026

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dra. Mari Okatini A., M.KM
NIP. 196710091993032001

Pembimbing II,



Dr. Neneng Siti Sifli A., Apt., M.Si
NIP. 197202292005012005

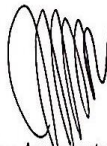
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji,



Titin Supiani, M.Pd
NIP. 197101011997022001

Anggota Penguji I,



Nurina Ayuningtyas, M.Pd
NIP. 198506162015042001

Anggota Penguji II,



dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak
NIP. 196810231998022004

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias

Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum
NIP. 197203202005012001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Agustus 2023
Yang membuat,



METERAI
5000
12BFA0X607500950

Araminta Leilani
No. Reg 1516618026



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 : Araminta Leilani
NIM : 1516618026
Fakultas/Prodi : Teknik/ Pendidikan Tata Rias
Alamat email : araminta.tatarias2018@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 :

Hubungan Promosi Tanggal Kembar Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pengguna Marketplace

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, 28 Agustus 2023
Penulis

(Araminta Leilani)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Hubungan Promosi Tanggal Kembar dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pengguna Marketplace”. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Jenny Sista Siregar, M. Hum., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias.
3. Dr. Elvyra Yulia, SpAk, selaku Pembimbing Akademik Program Studi Pendidikan Tata Rias 2018 Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Mari Okatini, M.KM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan moril, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat untuk membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Neneng Siti Silfi A.,S.Si.,M.Si.,Apt., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan moril, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat untuk membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu serta bimbingannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh jajaran staf administrasi dan karyawan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengarahan dan dukungan.
8. Teristimewa kepada ayahanda tercinta Adi Priyono dan ibunda tercinta Haryati yang telah memberikan banyak doa dan dukungan, baik secara moral maupun materi yang tidak terhitung jumlahnya.
9. Adik-adik saya Otha Cinintyari, Patu Muhammad Harits, Jeane Natalia, Marcelino Juan, Lionel Rafael, Felicia Alta, Tuffahati, dan Azura Pasha yang telah memberikan dukungan dan mendoakan saya.
10. Lidia Yulianti Saphira, Annisa Etika Rani, dan Natasha Salsabilla Alief yang senantiasa menemani dan menghibur saya dikala bahagia, sedih, maupun lelah.
11. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Rias Angkatan 2018 yang telah mendukung serta berbagi suka dan duka selama perkuliahan.
12. Dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, oleh karena itu, kritik dan saran dari seluruh pihak sangat diperlukan untuk menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis dan pembaca khususnya mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Agustus 2023
Peneliti,

Araminta Leilani



ABSTRAK

Araminta Leilani, Skripsi: Hubungan Promosi Tanggal Kembar Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Penggunaan *Marketplace*. Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Marketplace adalah sebuah platform yang memfasilitasi transaksi bisnis *online* antara pembeli dan penjual. Salah satu strategi penawaran yang dilakukan *marketplace* untuk menarik minat konsumen yaitu mengadakan penawaran promosi tanggal kembar. Penjualan kosmetik pada tanggal kembar membuat mahasiswa membeli secara berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan promosi tanggal kembar dengan perilaku konsumtif kosmetik pengguna *marketplace*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018–2022. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* menghasilkan responden sebanyak 70 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dengan menggunakan SPSS 23 pada nilai normalitas sebesar $\text{Sig. } 0,200 > 0,05$ pada variabel X dan Y, data berdistribusi normal. Lalu uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis, yaitu uji korelasi *product moment* di mana menghasilkan nilai $t_{\text{hitung}} = 7,487 >$ dari $t_{\text{tabel}} 1,99547$, artinya terdapat hubungan positif antara promosi tanggal kembar dengan perilaku konsumtif kosmetik pengguna *marketplace*. Dengan nilai korelasi sebesar 0,672 nilai R Square sebesar 0,452, di mana dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dengan besar kontribusi variabel X sebesar 45,2 % terhadap variabel Y.

Kata Kunci: Promosi, Tanggal Kembar, Konsumtif, *Marketplace*

ABSTRACT

Araminta Leilani, Thesis: The Relationship between Promotion of Twin Dates and Consumptive Behavior of Cosmetic Users Marketplace. Jakarta: Cosmetology Education Study Program, Faculty of Engineering, Jakarta State University, 2023.

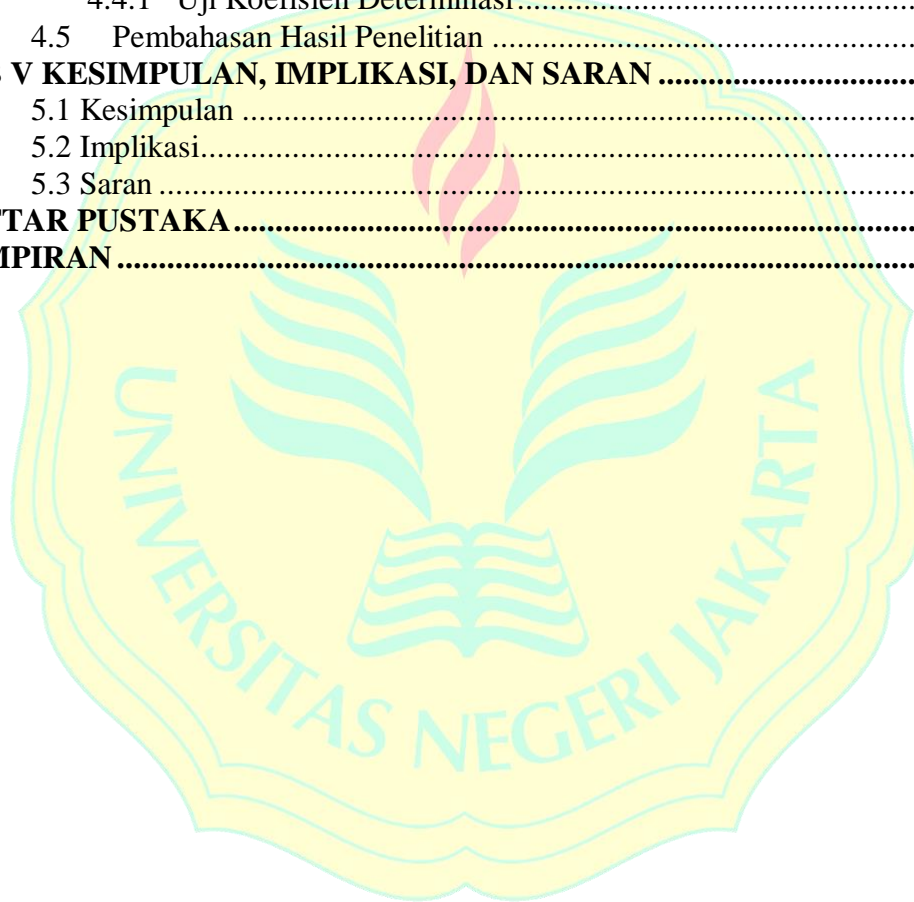
Marketplace is a platform that facilitates business transactions online between the buyer and the seller. One of the bidding strategies carried out *marketplace* to attract consumer interest, namely holding promotional offers on twin dates. Sales of cosmetics on twin dates make female students buy excessively. This study aims to determine the relationship between the promotion of twin dates with the cosmetic consumptive behavior of users *marketplace*. This study uses the approach quantitatively with the survey method. The population of this study are students of Cosmetology Education, State University of Jakarta, class of 2018–2022. Determination of the sample using *purposive sampling* produces 70 respondents. Data collection using questionnaires through *Google Form*. The results obtained from this study using SPSS 23 at a normality value of Sig. $0.200 > 0.05$ on the variables X and Y, the data is normally distributed. Then the test is carried out to prove the hypothesis, namely the correlation test *product moment* where yields the value of $t_{count} = 7.487 >$ from $t_{subject} 1.99547$, meaning that there is a positive relationship between the promotion of twin dates with the consumptive behavior of cosmetic users *marketplace*. With a correlation value of 0.672. RSquare value of 0.452, where it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, so the results of this study are that there is a positive influence with the contribution of the X variable of 45.2% to the Y variable.

Keywords: Promotion, Twin Dates, Consumptive, Marketplace

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORITIK	9
2.1 Hakikat Perilaku Konsumtif Kosmetik.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumtif	9
2.1.2 Kosmetik	16
2.2 Hakikat Promosi Tanggal Kembar	17
2.2.1 Pengertian Promosi	17
2.2.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	18
2.2.3 Promosi Tanggal Kembar.....	21
2.2.4 Pengertian Marketplace.....	22
2.2.5 Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.....	25
2.3 Penelitian Yang Relevan.....	25
2.4 Kerangka Berpikir	28
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4 Variabel Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.1 Promosi Tanggal Kembar.....	32
3.5.2 Perilaku Konsumtif	34
3.6 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.1 Uji Reliabilitas.....	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Persyaratan Analisis Statistik	40
3.8 Uji Hipotesis.....	42
3.8.1 Uji Koefisien Korelasi.....	42
3.8.2 Uji T	42

3.8.3 Perhitungan Koefisien Determinasi	43
3.9 Hipotesis Statistika	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Data	45
4.2 Karakteristik Responden.....	45
4.2.1 Variabel Promosi Tanggal Kembar (X)	46
4.2.2 Variabel Perilaku Konsumtif Kosmetik (Y).....	47
4.3 Pengujian Persyaratan Analisis	49
4.3.1 Uji Normalitas	49
4.3.2 Uji Linearitas Regresi Linier Sederhana	49
4.3.3 Analisis Korelasi.....	50
4.4 Pengujian Hipotesis	51
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	52
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi.....	54
5.3 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peringkat Marketplace Berdasarkan Jumlah Pengunduhan Aplikasi Melalui Playstore dan App Store.....	23
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Variabel X Promosi Tanggal Kembar.....	33
Tabel 3.2	Skala Penilaian Variabel X Promosi Tanggal Kembar	34
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y Perilaku Konsumtif	35
Tabel 3.4	Skala Penilaian Variabel Y Perilaku Konsumtif.....	35
Tabel 3.5	Pengujian Validitas Variabel X Promosi Tanggal Kembar	37
Tabel 3.6	Pengujian Validitas Variabel Y Perilaku Konsumtif.....	38
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas (Uji Alpha Cronbach).....	39
Tabel 3.8	Pengujian Reliabilitas Variabel X Promosi Tanggal Kembar	40
Tabel 3.9	Pengujian Reliabilitas Variabel Y Perilaku Konsumtif.....	40
Tabel 3.10	Kriteria Uji Koefisien Korelasi	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	45
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan marketplace yang diakses saat promosi tanggal kembar berlangsung	46
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Promosi Tanggal Kembar (X).....	47
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif Kosmetik (Y)	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.6	Hasil Koefisien Regresi	50
Tabel 4.7	Hasil Analisis Korelasi	50
Tabel 4.8	Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.9	Tabel Hasil Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Grafik Marketplace Berdasarkan Jumlah Pengunjung Web di Indonesia Pada 2020-2022 (Iprice, 2022)	23
Gambar 2.2	Bagan Kerangka Hubungan Promosi Tanggal Kembar Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pengguna Marketplace.	29
Gambar 3.1	Bagan Hubungan Promosi Tanggal Kembar Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pengguna Marketplace	31
Gambar 4.1	Grafik Histogram Distribusi Frekuensi Promosi Tanggal Kembar	47
Gambar 4.2	Grafik Histogram Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif Kosmetik	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pernyataan Peneliti	59
Lampiran 2 Kisi-Kisi Instrumen.....	60
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 4 Tabulasi Data untuk Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
Lampiran 5 Tabulasi Data Pengujian.....	69
Lampiran 6 Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas	76
Lampiran 7 Tabel Distribusi Frekuensi	81
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis	83

