

SKRIPSI

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK RIAS WAJAH DARI IKLAN DI TELEVISI
(Studi Kasus Pada Pegawai Wanita di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat)**



Disusun Oleh:

Nada Afifah

1516619031

**PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Rias Wajah Dari Iklan di Televisi (Studi Kasus Pada Pegawai Wanita di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat)

Penyusun : Nada Afifah

NIM : 1516619031

Tanggal Ujian : 15 Januari 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 19830927 200812 2 001

Pembimbing II,



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si
NIP. 19720229 200501 2 005

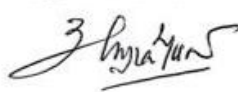
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



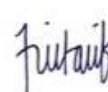
Titin Supiani, M.Pd
NIP. 197101011997022001

Anggota Penguji I,



dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak
NIP. 196810231998022004

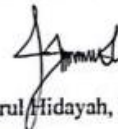
Anggota Penguji II,



Sri Irtawidjanti, M.Pd
NIP. 197009272002122001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 19830927 200812 2 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Rias Wajah
Dari Iklan di Televisi (Studi Kasus Pada Pegawai Wanita di Kantor
Camat Baso, Agam, Sumatera Barat)

Penyusun : Nada Afifah

NIM : 1516619031

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 19830927 200812 2 001

Pembimbing II,



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si
NIP. 19720229 200501 2 005

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 19830927 200812 2 001

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, 2 Januari 2024
Yang membuat pernyataan



Nada Afifah
1516619031



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 : Nada Afifah
NIM : 1516619031
Fakultas/Prodi : Teknik /Pendidikan Tata Rias
Alamat email : nadahafifah@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 :

Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Rias Wajah dari Iklan di Televisi
(Studi Kasus Pada Pegawai Wanita Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat)

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

Penulis

(Nada Afifah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Rias Wajah dari Iklan di Televisi (Studi Kasus Pada Pegawai Wanita di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat)”. Yang merupakan persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan dari Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, terselesaikannya proposal skripsi ini bukan semata-mata hasil kerja keras penulis sendiri. Dukungan dari berbagai pihak telah mendorong penulis untuk segera menyelesaikan proposal skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik
2. Nurul Hidayah, M.Pd selaku ketua Program Studi Pendidikan Tata Rias sekaligus dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan memberikan arahan kepada penulis.
4. Seluruh dosen program studi Pendidikan Tata Rias yang telah memberikan ilmu yang tentunya sangat berguna dan berharga bagi penulis selama perkuliahan.
5. Teristimewa untuk Ibu, Ayah, dan Adik penulis selaku keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa yang tidak henti-hentinya kepada penulis sehingga penulis bisa berada di titik ini, dan selalu menjadi tempat berbagi dalam segala hal dalam kehidupan penulis.
6. Annisa Refdiyanti, Farid Azizi, dan Syaiful Hadi selaku sahabat yang sudah seperti saudara kandung penulis yang selama ini menjadi tim sukses terbaik yang selalu memberikan dukungan, menghibur, membantu, dan selalu

menemani penulis dalam setiap hal yang penulis jalani dari masa sekolah, perkuliahan, hingga dimasa-masa sulit penyusunan skripsi ini.

7. Raisa Aulia Hamid selaku sahabat yang sudah berjuang bersama penulis selama masa perkuliahan sampai ditahap penyusunan skripsi ini, yang selalu menjadi teman berbagi selama masa-masa sulit pembuatan skripsi ini serta berbagai dukungan, motivasi, dan kebersamaan dalam segala hal.
8. Zahra Nabila Loveia, Raihan Trianne Putri, dan Shabrina Noer Atika Wardhani selaku sahabat yang sudah merawat penulis seperti anak sendiri, menghibur serta menjadi tempat berbagi dan menjadi teman yang selalu ada untuk penulis dalam setiap perjalanan perkuliahan ini.
9. Teman-teman seperjuangan di Pendidikan Tata Rias yang tidak bisa disebutkan satu persatu sudah menjadi teman yang saling membantu dan menjadi bagian dalam perjalanan perkuliahan penulis.
10. Seluruh pihak yang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penelitian dan pengembangan selanjutnya.

Jakarta, Juli 2023

Penulis

Nada Afifah

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK RIAS WAJAH DARI IKLAN DI TELEVISI
(Studi Kasus Pada Pegawai Wanita di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera
Barat)**

Nada Afifah

**Dosen Pembimbing: Nurul Hidayah, M.Pd dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan, dan memahami bahwa iklan di televisi mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pembelian produk kosmetik rias wajah. Subjek penelitian ini adalah pegawai wanita di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan secara langsung di Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan di televisi khususnya iklan kosmetik rias wajah mempengaruhi persepsi konsumen khususnya pegawai wanita di Kantor Camat Baso. Terdapat berbagai macam persepsi dengan alasan yang berbeda-beda, dengan seringnya mereka menonton iklan di televisi membuat mereka mengetahui dan lebih percaya terhadap produk kosmetik rias wajah. Dari penelitian yang sudah dilakukan juga dapat diketahui bahwa perbedaan persepsi konsumen terlihat pada faktor tempat, usia, dan ketertarikan terhadap kosmetik rias wajah.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Pembelian, Produk Kosmetik Rias Wajah, Iklan di Televisi

**CONSUMER PERCEPTION OF THE PURCHASE OF COSMETIC
MAKEUP PRODUCTS FROM ADVERTISEMENTS ON TELEVISION**
*(Case Study on Women Employees at Baso Sub-district Office, Agam, West
Sumatra)*

Nada Afifah

**Lecturer: Nurul Hidayah, M.Pd dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati,
S.Si., Apt., M.Si**

ABSTRACT

This study aims to know, explain, and understand how advertisements on television affect consumer perceptions of purchasing makeup cosmetic products. The subjects of this study were female employees at the Baso sub-district office, Agam, West Sumatra. This research used qualitative methods by conducting observations, interviews, and documentation. The research was conducted directly at the Baso sub-district office, Agam, West Sumatra. The results of this study show that advertisements on television, especially advertisements for makeup cosmetics, affect consumer perceptions, especially female employees at the Baso sub-district office. There are various kinds of perceptions for different reasons, with their frequent watching advertisements on television making them know and trust more in makeup cosmetic products. From the research that has been done, it can also be seen that differences in consumer perception are seen in the factors of place, age, and interest in facial cosmetics.

Keywords: *Consumer Perception, Purchase, Cosmetic Makeup Products, Commercials on Television*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Pembatasan Masalah.....	5
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA TEORITIK DAN KERANGKA BERPIKIR	7
2.1. Kerangka Teoritik.....	7
2.1.1. Persepsi Konsumen.....	7
2.1.2. Pembelian.....	10
2.1.3. Kosmetik.....	11
2.1.3.1. Pengertian Kosmetik.....	11
2.1.3.2. Fungsi Kosmetik.....	12
2.1.3.3. Jenis Kosmetik.....	13
2.1.4. Kosmetik Rias Wajah.....	14
2.1.5. Iklan Televisi.....	17
2.1.6. Iklan Kosmetik Rias Wajah.....	22
2.1.7. Pegawai Kantor Camat Baso, Agam, Sumatera Barat.....	23
2.2. Penelitian Yang Relevan.....	24
2.3. Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Tempat, Waktu, dan Subjek Penelitian.....	27
3.2. Metode Rancangan Penelitian.....	27
3.3. Data dan Sumber Data.....	28
3.4. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	29
3.4.1. Metode Pengamatan.....	29
3.4.2. Metode Wawancara.....	30
3.4.3. Dokumentasi.....	32
3.5. Prosedur Analisis Data.....	32
3.6. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36

4.1. Hasil Penelitian	36
4.1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	36
4.1.2. Deskripsi Informan dan Waktu Pelaksanaan	36
4.1.3. Deskripsi Hasil Penelitian	37
4.2. Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Kelemahan Penelitian	53
5.3. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel 3.4. Kisi-kisi Instrumen Wawancara.....	31
Tabel 4.1. Daftar Informan Wawancara.....	36
Table 4.2. Hasil Wawancara Penelitian	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Iklan di Televisi.....23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Observasi	56
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	57
Lampiran 3 Dokumentasi Lokasi	58
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	59
Lampiran 5 Dokumentasi Produk Rias Wajah.....	60
Lampiran 6 Dokumentasi Iklan Produk Kosmetik Rias Wajah di Televisi	61

