

SKRIPSI

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
FOUNDATION UNTUK RIAS WAJAH PESTA**



Intelligentia - Dignitas

**ERIKA SYAVITA AULIANA REZA
1516619046**

Intelligentia - Dignitas

**PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

HALAMAN PEGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Foundation* Untuk Rias Wajah Pesta
Penyusun : Erika Syavita Auliana Reza
NIM : 1516619046
Tanggal Ujian : Senin, 28 Juli 2025

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Titin Supiani, M.Pd.
NIP. 197101011997022001

Pembimbing II,

Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si
NIP. 197202292005012005

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi :

Ketua Penguji,

Nurina Ayuningtyas, M.Pd.
NIP. 198506162015042001

Anggota Penguji I,

Dra. Mari Okatini Armandari, M.K.M.
NIP. 196710091993032001

Anggota Penguji II,

Dr. Aniesa Puspa Arum, M.Pd.
NIP. 198802102023212043

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias

Dr. Nurul Midayah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198309272008122001

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 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, 04 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Erika Syavita Auliana Reza
No. Reg. 1516619046

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Erika Syavita Auliana Reza
NIM : 1516619046
Fakultas/Prodi : Teknik / Pendidikan Tata Rias
Alamat email : erikasyavita30@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 :

Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Foundation* Untuk Rias Wajah Pesta

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, 08 Agustus 2025

Penulis

(Erika Syavita Auliana Reza)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena Rahmat dan karunia Nya-lah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Foundation* Untuk Rias Wajah Pesta” dapat terselesaikan dengan baik. Proposal Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Pendidikan Tata Rias di Universitas Negeri Jakarta.

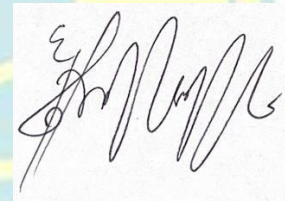
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungannya dalam penyusunan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si selaku Dekan FT Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Titin Supiani, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Materi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si selaku Dosen Pembimbing Metodologi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini
5. Segenap Dosen Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan kesempatan belajar selama ini.
6. Kedua orang tua penulis, serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa baik, serta dukungan moral ataupun materi.

7. Teman-teman Angkatan 2019 serta sahabat-sahabat tercinta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, terimakasih atas waktu dan kenangan bersama kalian yang sangat berharga selama menjalani kegiatan perkuliahan bersama.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunianya dan kemurahan hati- Nya. Penulis menyadari dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diperelukan untuk menyempurnakan dikemudian hari. Semoga proposal skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 13 Maret, 2024
Penulis,



(Erika Syavita Auliana Reza)

Intelligentia - Dignitas

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK *FOUNDATION* UNTUK RIAS WAJAH PESTA

Erika Syavita Auliana Reza

Dosen Pembimbing: Titin Supiani, M.Pd dan Prof. Dr. Neneng Siti
Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si

ABSTRAK

Meningkatnya perkembangan tren kecantikan di Indonesia menimbulkan ketatnya persaingan pada industri kosmetik. Salah satu kosmetik yang merupakan kunci sebuah make-up adalah *foundation*. *Foundation* berfungsi meratakan warna kulit dan menyempurnakan make-up terutama make-up pesta yang membutuhkan riasan yang cukup berat guna meningkatkan kepercayaan diri. Banyaknya jenis *foundation* yang beredar menimbulkan berbagai macam preferensi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk *foundation*. Atribut *foundation* merupakan unsur yang menjadi pembeda dalam keputusan pembelian produk *foundation*, sehingga memberikan nilai tambah serta pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam keputusan pembelian *foundation* untuk rias wajah pesta. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan data dilakukan melalui kuesioner *Google Form* dan metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Chi Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut harga dan warna *foundation* menjadi atribut yang paling diperhatikan konsumen dalam melakukan pembelian. Atribut harga menjadi atribut yang paling dipertimbangkan konsumen sebelum membuat keputusan pembelian. Tingginya preferensi konsumen dalam mengutamakan atribut harga menunjukkan bahwa konsumen tetap mengutamakan aspek ekonomis meskipun *foundation* yang digunakan dalam acara pesta membutuhkan ketahanan yang lebih lama. Atribut kemasan menjadi atribut yang paling kurang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian karena konsumen lebih mementingkan isi di dalam kemasan.

Kata kunci: Atribut *Foundation*, *Chi square*, Fishbein, Keputusan Pembelian.

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES ON PURCHASING DECISIONS OF *FOUNDATION* COSMETICS FOR PARTY MAKEUP

Erika Syavita Auliana Reza

Supervisor: Titin Supiani, M.Pd dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si

ABSTRACT

The increasing development of beauty trends in Indonesia has given rise to tight competition in the cosmetics industry. *Foundation* is a key cosmetic ingredient in makeup. *Foundation* evens out skin tone and enhances makeup, especially for party makeup, which requires heavy application to boost confidence. The wide variety of *foundations* available has led to a wide range of consumer preferences when it comes to purchasing *foundations*. *Foundation* attributes are key factors in choosing a *foundation*, providing added value and considerations in purchasing decisions. This study was conducted to determine consumer preferences in purchasing decisions for foundation for party makeup. The population was composed of students majoring in Makeup at the State University of Jakarta. Data collection was conducted using a questionnaire. *Google Form* and the sampling method is carried out using the technique *Purposive Sampling*. Data analysis was carried out using *Chi Square*. The research results show that the price and color of *foundation* are the attributes that consumers pay most attention to when making a purchase. Price is the attribute that consumers consider most before making a purchase decision. The high consumer preference for price attributes indicates that consumers still prioritize economic aspects even though *foundation* used for parties requires longer durability. Packaging attributes are the attribute that consumers consider least when making a purchase decision because consumers prioritize the contents of the packaging.

Keywords: Foundation Attributes, Chi square, Fishbein, Purchasing Decision.

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

HALAMAN PEGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	7
2.1 Deskripsi Konseptual	7
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	26
2.3 Kerangka Teoritik	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Populasi, Sampel, dan Pengambilan Sampel.....	31
3.4 Definisi Operasional.....	33
3.5 Instrumen Penelitian.....	34
3.6 Uji Coba Instrumen Penelitian.....	35
3.7 Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	36
3.7.1 Sumber Data Penelitian.....	36
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7.3 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Analisis Data Berdasarkan Atribut Bentuk	40
4.1.2 Analisis Data Berdasarkan Atribut Warna	40
4.1.3 Analisis Data Berdasarkan Atribut Tampilan.....	41
4.1.4 Analisis Data Berdasarkan Atribut Kemasan	41
4.1.5 Analisis Data Berdasarkan Atribut Harga	42
4.2 Pembahasan Umum Preferensi <i>Foundation</i> Pada Rias Pesta.....	43
4.2.1 Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut <i>Foundation</i>	43
4.2.2 Keyakinan dan Evaluasi Terhadap Atribut-Atribut <i>Foundation</i>	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan	50

5.2	Implikasi.....	50
5.3	Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		84



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3. 1	Jumlah Sampel	32
Tabel 3. 2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik Foundation Untuk Rias Wajah Pesta	35
Tabel 4. 1	Distribusi Frekuensi Bentuk Foundation	40
Tabel 4. 2	Distribusi Frekuensi Warna Foundation	40
Tabel 4. 3	Distribusi Frekuensi Tampilan Foundation	41
Tabel 4. 4	Distribusi Frekuensi Kemasan Foundation	41
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Harga Foundation	42
Tabel 4. 6	Hasil Analisis Chi Square	43
Tabel 4. 7	Preferensi Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Terhadap Atribut Foundation	44
Tabel 4. 8	Keyakinan Responden Terhadap Atribut Foundation	45
Tabel 4. 9	Evaluasi Responden Terhadap Atribut Foundation	46
Tabel 4. 10	Sikap Responden Terhadap Foundation di Universitas Negeri Jakarta	47



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	<i>Liquid Foundation</i>	17
Gambar 2. 2	<i>Powder Foundation</i>	17
Gambar 2. 3	<i>Cream Foundation</i>	18
Gambar 2. 4	<i>Serum Foundation</i>	18
Gambar 2. 5	Ilustrasi Undertone dan Perkiraan Warna Foundation yang Cocok	20
Gambar 2. 6	<i>Foundation Dewy finish</i>	21
Gambar 2. 7	<i>Foundation Matte finish</i>	21
Gambar 2. 8	<i>Foundation Kemasan Tube</i>	22
Gambar 2. 9	<i>Foundation Kemasan Botol Pump</i>	22
Gambar 2. 10	<i>Foundation Botol Pipet</i>	23
Gambar 2. 11	<i>Foundation Kemasan Stick</i>	23
Gambar 2. 12	<i>Foundation Kemasan Share in jar</i>	24
Gambar 2. 13	Foundation Harga Rendah <i>Viva Liquid Foundation</i>	24
Gambar 2. 14	Foundation Harga Sedang <i>Catrice HD Liquid Coverage Foundation</i>	25
Gambar 2. 15	Foundation Harga Tinggi <i>Dior Backstage Face and Body</i>	26
Gambar 2. 16	Bagan Kerangka Pemikiran	29



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1.	Instrumen Penelitian	56
Lampiran 2.	Data Penelitian	59
Lampiran 3.	Hasil Perhitungan	65
Lampiran 4.	Lembar Pengesahan Seminar Proposal	74
Lampiran 5.	Surat Untuk Validasi	75
Lampiran 6.	Lembar Validitas Instrumen Penelitian Oleh Dosen Ahli	76
Lampiran 7.	Lembar Validitas Instrumen Penelitian Oleh Dosen Ahli Make-Up Artist Profesional	80

