

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, *BRAND*, HARGA, AKSES
DISTRIBUSI DAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEDIAAN KOSMETIK PELEMBAB WAJAH
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri
Jakarta)**



Intelligentia - Dignitas

**DIAH PRICILIA PERMATA PUTRI
1516621019**

**PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Atribut Produk, Brand, Harga, Akses Distribusi dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sediaan Kosmetik Pelembab Wajah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta)

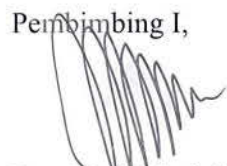
Penyusun : Diah Pricilia Permata Putri

NIM : 1516621019

Tanggal Ujian : 12 Januari 2026

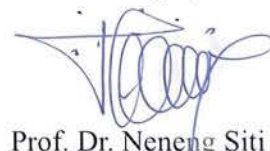
Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



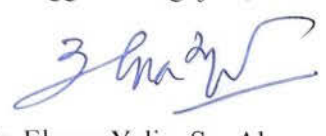
Titin Supiani, S. Pd., M. Pd.
NIP. 197101011997022001

Anggota Penguji I,



Dra. Lilis Jubaddah, M. Kes.
NIP. 196709291993032001

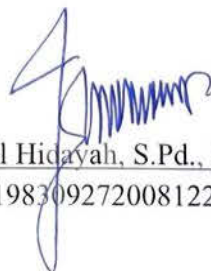
Anggota Penguji II,



dr. Elvyra Yulia, Sp. Ak.
NIP. 19681023199822004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19830927200812200

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, 06 Januari 2026

Yang membuat pernyataan


Diah 81656ANX264720696 utri
1516621019



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Diah Pricilia Permata Putri

NIM : 1516621019

Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias

Alamat Email : priciliapermata4@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

Pengaruh Atribut Produk, Brand, Harga, Akses Distribusi dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sediaan Kosmetik Pelembab Wajah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 12 Januari 2026

Diah Pricilia Permata Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk, Brand, Harga, Akses Distribusi dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sediaan Kosmetik Pelembab Wajah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta)" sebagai salah satu syarat dalam proses penyusunan skripsi pada jenjang Strata Satu (S1).

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sekaligus dosen pembimbing II skripsi saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan tentang metodologi penelitian yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Nurul Hidayah, S. Pd., M. Pd., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Mari Okatini Armandari, M. KM., selaku dosen pembimbing I skripsi saya yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Tata Rias, khususnya yang telah mendidik peneliti, meluangkan waktunya untuk mengerjakan berbagai hal dari awal perkuliahan sampai selesai perkuliahan.
5. Teristimewa kepada Orang Tua saya, Evan Furniandi dan Herni yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan mendoakan atas kelancaran penulisan skripsi baik dari segi moril maupun materi kepada penulis.
6. Kepada terkasih yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan

kritik yang bersifat membangun demi perkembangan ilmu pengetahuan secara umum. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, bagi dunia kecantikan umumnya, dan bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Program Studi Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 06 Januari 2026



Diah Pricilia Permata Putri



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, *BRAND*, HARGA, AKSES
DISTRIBUSI DAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEDIAAN KOSMETIK PELEMBAB WAJAH
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK,
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)**

Diah Pricilia Permata Putri

Dra. Mari Okatini Armandari, M.KM

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

ABSTRAK

Pelembab merupakan kosmetik pelindung yang berfungsi melindungi kulit dari faktor eksternal, menjaga kelembaban, mengurangi peradangan, menenangkan iritasi, memperbaiki tekstur kulit, serta membantu penyembuhan luka ringan. Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 48% pada periode 2021–2024, didukung oleh survei ZAP Clinic tahun 2024 yang menunjukkan bahwa 60% perempuan memilih produk perawatan kulit dengan manfaat utama melembabkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah pada mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif berjumlah 100 responden, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala *Likert* dan dianalisis dengan statistik deskriptif, regresi linier berganda, uji F dan uji T. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan *p-value* seluruh atribut $\text{sig. } 0.1 > 0.05$ artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun secara parsial *p-value* atribut produk $0.03 < 0.05$ yang artinya berpengaruh signifikan, sedangkan *p-value* atribut merek $0.092 > 0.05$, *p-value* atribut harga $0.053 > 0.05$, *p-value* atribut akses distribusi $0.734 > 0.05$, serta *p-value* atribut sosial $0.48 > 0.05$ yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa lebih menitikberatkan pada atribut produk ketika menentukan pilihan, serta mengindikasikan perlunya eksplorasi variabel tambahan untuk memahami perilaku konsumen secara lebih menyeluruh.

Kata Kunci: Atribut, Keputusan Pembelian, Pelembab Wajah.

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES, BRAND, PRICE, DISTRIBUTION ACCESS, AND SOCIAL ON THE PURCHASING DECISIONS OF FACIAL MOISTURIZING COSMETIC PRODUCTS (A STUDY AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF ENGINEERING, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)

Diah Pricilia Permata Putri

Dra. Mari Okatini Armandari, M.KM

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

ABSTRACT

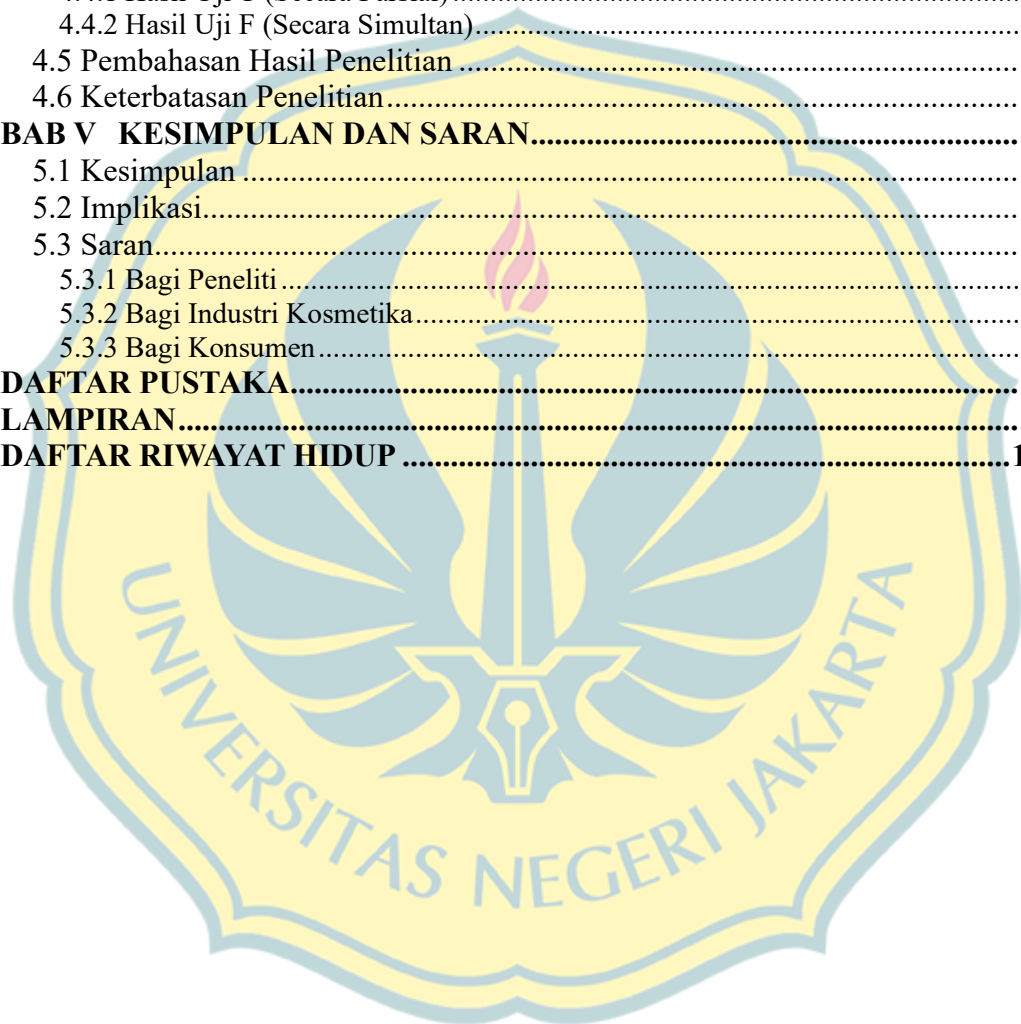
Moisturizer is a protective cosmetic that functions to protect the skin from external factors, maintain moisture, reduce inflammation, soothe irritation, improve skin texture, and help heal minor wounds. The cosmetics industry in Indonesia experienced a growth of 48% in the 2021–2024 period, supported by ZAP Clinic at 2024 survey showed that 60% of women chose skin care products with the main benefit of moisturizing. This study aims to analyze the simultaneous and partial influence of product attributes, brand, price, distribution access and social on purchasing decisions for facial moisturizing cosmetic preparations among students of the Faculty of Engineering, State University of Jakarta using a descriptive quantitative approach with a total of 100 respondents, selected through a purposive sampling technique. Data were collected using a Likert scale questionnaire and analyzed with descriptive statistics, multiple linear regression, F test and T test. The results of the analysis showed that simultaneously the p-value of all attributes sig. $0.1 > 0.05$ means it has no significant effect on purchasing decisions, but partially the p-value of product attributes is $0.03 < 0.05$ which means it has a significant effect, while the p-value of brand attributes is $0.092 > 0.05$, p-value of price attributes is $0.053 > 0.05$, p-value of distribution access attributes is $0.734 > 0.05$, and p-value of social attributes is $0.48 > 0.05$ which means it has no significant effect on purchasing decisions. This finding confirms that students place more emphasis on product attributes when making choices, and indicates the need for exploration of additional variables to understand consumer behavior more comprehensively.

Keywords: *Attributes, Purchasing Decisions, Facial Moisturizers.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
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.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Hakikat Atribut Produk, <i>Brand</i> , Harga, Akses Distribusi dan Sosial.....	10
2.1.2 Hakikat Keputusan Pembelian Sediaan Kosmetik Pelembab Wajah	17
2.2 Penelitian Relevan.....	30
2.3 Kerangka Teoritik.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Tujuan Penelitian.....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	37
3.6.1 Definisi Operasional.....	37
3.6.2 Jenis Instrumen.....	39
3.6.3 Kisi-Kisi Instrumen	39
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.8 Teknik Analisis Data	42
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	42
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda	45
3.8.4 Uji Hipotesis Statistika	45
3.9 Hipotesis Statistika.....	47

3.9.1 Hipotesis Simultan (Uji F).....	47
3.9.2 Hipotesis Parsial (Uji T).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2 Deskripsi Data.....	52
4.3 Pengujian Analisis Data	59
4.3.1 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	59
4.3.2 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	63
4.4 Pengujian Hipotesis Data	70
4.4.1 Hasil Uji T (Secara Parsial).....	70
4.4.2 Hasil Uji F (Secara Simultan).....	72
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi.....	77
5.3 Saran.....	78
5.3.1 Bagi Peneliti.....	78
5.3.2 Bagi Industri Kosmetika.....	78
5.3.3 Bagi Konsumen.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	115



DAFTAR TABEL

Tabel 3.6.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Independen	39
Tabel 3.6.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Dependen.....	40
Tabel 4.1.1 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.1.2 Responden Berdasarkan Program Studi.....	50
Tabel 4.1.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	51
Tabel 4.1.4 Responden Berdasarkan Produk yang Sering Digunakan.....	51
Tabel 4.2.1 Deskripsi Data Responden Atribut Produk (X1)	52
Tabel 4.2.2 Deskripsi Data Responden Atribut <i>Brand</i> (X2).....	53
Tabel 4.2.3 Deskripsi Data Responden Atribut Harga (X3)	54
Tabel 4.2.4 Deskripsi Data Responden Atribut Akses & Distribusi (X4)	55
Tabel 4.2.5 Deskripsi Data Responden Atribut Sosial (X5)	56
Tabel 4.2.6 Deskripsi Data Responden Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk (X1)	59
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Brand (X2).....	59
Tabel 4.3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Harga (X3)	60
Tabel 4.3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Akses & Distribusi (X4)	60
Tabel 4.3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Sosial (X5).....	60
Tabel 4.3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.3.7 Skala Interpretasi Nilai r korelasi Alpha Indeks	62
Tabel 4.3.8 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.3.9 Hasil Uji Deskriptif.....	63
Tabel 4.3.10 Sampel Kolmogrov-Smirnov	65
Tabel 4.3.11 Histogram Uji Normalitas	66
Tabel 4.3.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.3.13 Output Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.3.14 Output Uji F	69
Tabel 4.3.15 Output Uji T	70
Tabel 4.4.1 Hasil Uji T X1 terhadap Y	71
Tabel 4.4.2 Hasil Uji T X2 terhadap Y	71
Tabel 4.4.3 Hasil Uji T X3 terhadap Y	71
Tabel 4.4.4 Hasil Uji T X4 terhadap Y	72
Tabel 4.4.5 Hasil Uji T X5 terhadap Y	72
Tabel 4.4.6 Hasil Uji F Variabel X terhadap Variabel Y	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	18
Gambar 2.1.2 Bentuk Sediaan Losion.....	26
Gambar 2.1.3 Bentuk Sediaan Krim	27
Gambar 2.1.4 Bentuk Sediaan Gel.....	27
Gambar 2.1.5 Bentuk Sediaan Aerosol	27
Gambar 2.1.6 Kemasan <i>Jar</i>	28
Gambar 2.1.7 Kemasan <i>Bottle Pump</i>	28
Gambar 2.1.8 Kemasan <i>Airless Pump</i>	29
Gambar 2.1.9 Kemasan Tube.....	29
Gambar 2.1.10 Kemasan <i>Spray</i>	29
Gambar 2.3.1 Bagan Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.3.1 P-Plot Uji Normalitas	66
Gambar 4.3.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	82
Lampiran 2 Data Mentah Instrumen Penelitian	87
Lampiran 3 Data Hasil Penelitian	100
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	110

