

ABSTRAK

Mita Anggun Pratiwi.2014. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah dibawah bimbingan Drs. Muhamad Tambrin., MM dan Suyono, SE., M.S.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Dan untuk lokasi penelitiannya dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan survei jumlah sampel 40 konsumen. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri budaya, sosial, pribadi. Sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan memakai uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai adjusted R Square sebesar 0,731 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 64,1 sedangkan sisanya 26,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji F variabel perilaku konsumen yang terdiri dari dari faktor budaya, sosail dan pribadi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Berdasarkan uji t diketahui bahwa secara parsial faktor budaya, sosail dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat sedangkan variabel persepsi nilai berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel yang berpengaruh dominan adalah persepsi kualitas.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Mita Anggun Pratiwi, 2014. "The Effect of Consumer Behavior on Decision of , Purchasing Wardah Cosmetic" Thesis Advisors : Drs. Mohamad tambrin., MM. and Suyono, SE., M.SM.

The research aims to analyzing the effect generate by cosumer behavior variables which consist of cultural factors, social, and personality factors of cosmetic wardah purchasing decisions. This study was conducted at the Faculty of Economics, University of Trunojoyo Madura.

This research applied quantitative method. The samples were taken purposively as many as 40 consumers. In this study, the independent variables cultural factor, social factor, and personality factor. The dependent variable was consumers' purchasing decisions. This study applied classical assumption, reliability and validity Test. The method in analyzing the data to test the hypothesis was multiple linear regressions by using F-test and T-test.

The results showed that the variable value of *adjusted R Square* was 0.731, meant the influence of independent variables to the dependent variable was 73.1, while the remaining variable value was 26.9%, and meant it was influenced by other variables that were not examined in this study. Based on F-test consumer's behavior variable such as variables of cultural factor, social and personality, simultaneously have significant influence to purchasing decisions on the Faculty of Economics, University of Trunojoyo Madura. Based on T-test the cultural factor, social and personality have significant effect on the dependent.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions.