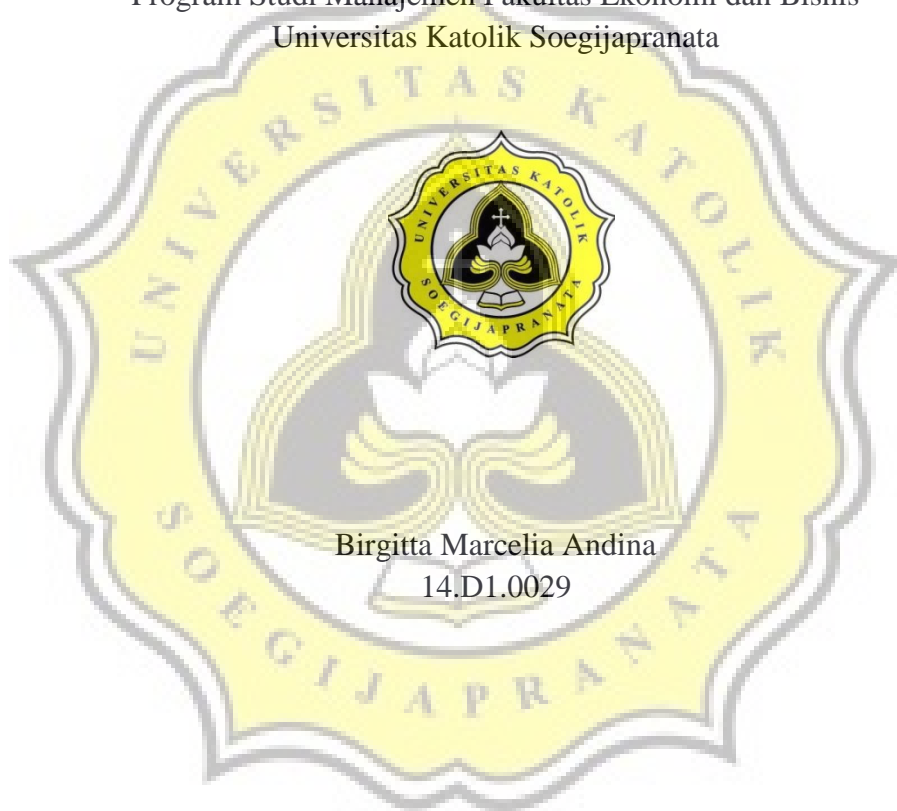


**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN  
PEREMPUAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK KOREA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



Birgitta Marcelia Andina  
14.D1.0029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

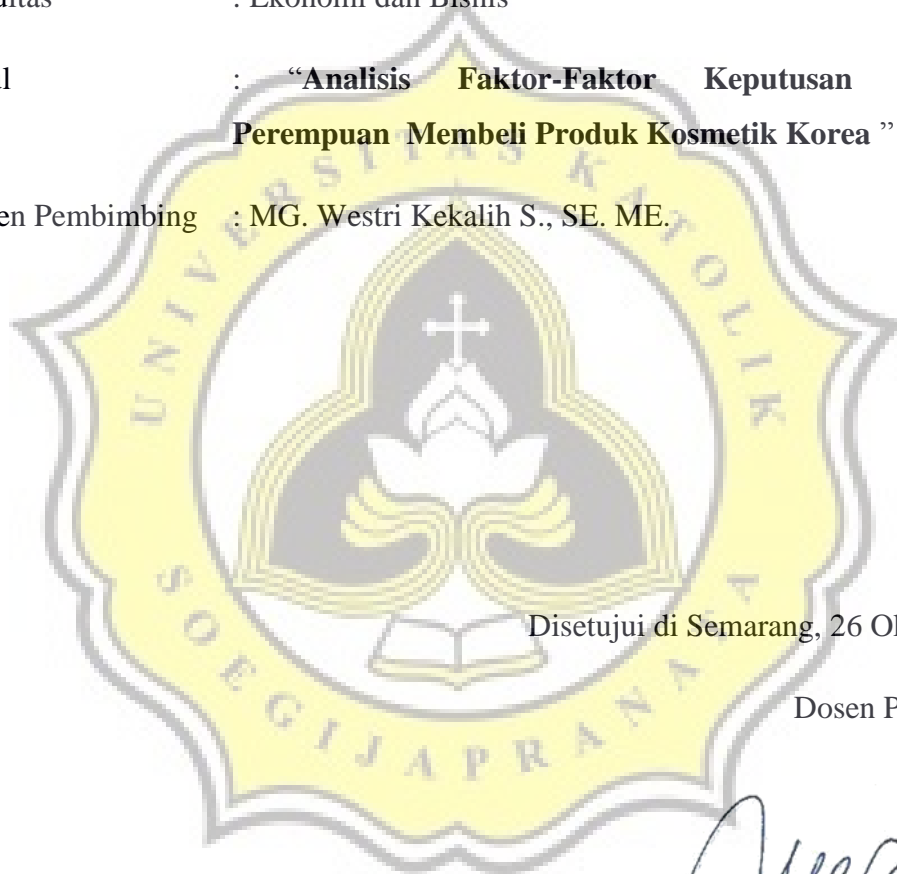
Nama : Birgitta Marcellia Andina

NIM : 14.D1.0029

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : **“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Perempuan Membeli Produk Kosmetik Korea ”**

Dosen Pembimbing : MG. Westri Kekalih S., SE. ME.



Disetujui di Semarang, 26 Oktober 2018

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Westri', is written over the printed name of the supervisor.

MG. Westri Kekalih S., SE. ME.

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi **“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Perempuan Membeli Produk Kosmetik Korea”**

Disusun Oleh :

Nama : Birgitta Marcelia Andina

NIM : 14.D1.0029

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada tanggal 26 Oktober 2018, dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tim Penguji,

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

Dr. Retno Yustini W., M.Si

M. Widyanto, SE, MM

MG. Westri K. Susilowati, SE, ME

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Dr. Octavianus Drigo Hartomo, M.Si., Akt.

NPP.0581.1995.170

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Birgitta Marcelia Andina

NIM : 14.D1.0029

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Perempuan Membeli Produk Kosmetik Korea”** adalah hasil karya sendiri. Karya ini adalah milik saya, karena itu saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 26 Oktober 2018

Yang menyatakan,



Birgitta Marcelia Andina

14.D1.0029

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Mazmur 6:10**

TUHAN telah mendengarkan permohonanku, TUHAN  
menerima doaku

### **Mazmur 23:4**

Sekalipun aku berjalan dalam lembah kekelaman, aku tidak  
takut bahaya, sebab Engkau besertaku

### **Roma 12:12**

Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan,  
dan bertekunlah dalam doa.

**Skripsi ini dipersembahkan kepada :**

**Tuhan Yesus Kristus**

**Orang Tua**

**Teman-teman Terkasih**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Perempuan Membeli Produk Kosmetik Korea”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak yang terus memberikan doa, motivasi, semangat dan juga ikut membantu memberi masukan ide maupun gagasan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena kasih karunia dan penyertaan-Nya yang menyertai penulis dalam membuat dan menyelesaikan skripsi dan pendidikan selama di Unika Soegijaranata.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, motivasi, moral dan materi kepada penulis sehingga pendidikan dan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu MG. Westri K.Susilowati, SE, ME selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan masukan serta telah banyak membantu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Ibu Dr. Retno Yustini W,M.si dan Bapak M. Widyanto, SE. MM selaku Dosen Penguji Skripsi yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam memberikan masukan dan gagasan dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dr. Ch. Yekti Prawihatmi SE., M.Si selaku Dosen Wali yang membimbing selama masa perkuliahan.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membagikan pengetahuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Devina Puspitasari, Viviana Edita, dan Hana Kurniasari yang selalu bersedia memberikan doa, semangat dan bantuan bagi penulis semasa perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi.
8. Teman seperjuangan semasa kuliah Vonny, Hanna, Ega, Ardelia, Yessica, Cindy yang selalu membantu dan menyemangati penulis.
9. Teman-teman konsentrasi manajemen pemasaran yang saling membantu dan bertukar pikiran selama masa perkuliahan.
10. Seluruh kerabat dan teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas doa, semangat dan bantuan yang telah diberikan.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat menjadi referensi dan dapat memberikan informasi maupun gagasan yang baru terkait dengan strategi pemasaran. Penulis pun menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang terdapat dalam penyusunan skripsi ini maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan di masa yang akan datang.

Semarang, 26 Oktober 2018



Birgitta Marcellia Andina

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Birgitta Marcellia Andina

NIM : 14.D1.0029

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui akan memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Analisis Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Perempuan Membeli Produk Kosmetik Korea”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 26 Oktober 2018

Yang menyatakan



(Birgitta Marcellia Andina)



## ABSTRAK

**Birgitta Marcelia Andina**

**14.D1.0029**

Budaya dan gaya hidup masyarakat Indonesia tidak lepas dari pengaruh budaya dan gaya hidup negara asing. Keberhasilan globalisasi budaya asing di Indonesia turut serta membawa *brand* produk asing menjadi sorotan masyarakat Indonesia. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia sekarang ini, khususnya kaum perempuan Indonesia. Produk Korea Selatan yang dapat menjadi *trend* dikalangan perempuan Indonesia adalah produk kosmetik. Kosmetik Korea Selatan menjadi produk kosmetik asing yang paling banyak masuk ke pasar Indonesia menurut Ketua Umum Persatuan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika. Penelitian ini melihat faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen perempuan Indonesia membeli produk kosmetik dari Korea Selatan. Hasil penelitian ini ditujukan untuk produsen kosmetik Indonesia sebagai tambahan informasi pemasaran dalam bersaing dengan kosmetik asing yang masuk ke Indonesia. Penelitian dari Nielsen.com yang diterjemahkan oleh Katadata.co.id menjelaskan konsumen Indonesia lebih memilih dan menyukai *brand* kosmetik global dibandingkan *brand* kosmetik lokal. Berdasarkan hasil penelitian konsumen kosmetik Korea Selatan dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian kosmetik Korea Selatan dan menunjukkan faktor yang dominan mendorong pembelian produk kosmetik Korea Selatan.

Kata kunci : strategi pemasaran, keputusan pembelian, *trend*, kosmetik Korea Selatan

## ABSTRACT

**Birgitta Marcelia Andina**

**14.D1.0029**

*The culture and lifestyle of the Indonesian people cannot be separated from the influence of foreign cultures and lifestyles. The success of foreign culture globalization in Indonesia participated in bringing foreign product brands into the spotlight of the Indonesian people. South Korea is one of the countries that influence the lifestyle of Indonesian people today, especially Indonesian women. South Korean products that can become a trend among Indonesian women are cosmetic products. South Korean cosmetics are the most foreign cosmetic products that enter the Indonesian market according to the Chairperson of the Association of Companies and Cosmetics Associations Indonesia. This study looks at what factors are driving Indonesian female consumers to buy cosmetic products from South Korea. The results of this study are aimed at Indonesian cosmetic manufacturers as additional marketing information in competing with foreign cosmetics entering Indonesia. Research from Nielsen.com, translated by Katadata.co.id, explains that Indonesian consumers prefer and like global cosmetic brands compared to local cosmetic brands. Based on this study results of South Korean cosmetics consumer research, it can be seen the factors that influence consumers to buy South Korean cosmetics and show the dominant factors driving the purchase of South Korean cosmetic products.*

*Keywords: marketing strategies, purchasing decisions, trends, cosmetics of South Korea*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB. I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB. II. Landasan Teoritis .....</b>	<b>9</b>
2.1 Teori yang Berkernaan dengn Variabel Penelitian .....	9
2.1.1 Pemasaran dan Pemasaran International .....	9

2.1.2 Perilaku Konsumen .....	11
2.1.3 Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
2.1.4 Globalisasi dan Kovergensi Selera.....	14
2.1.5 Kebutuhan Kosmetik dan Gaya Hidup.....	15
2.1.6 Marketing To Woman .....	16
2.2 Kerangka Pikir Penelitian .....	17
2.3 Definisi Operasional Variabel.....	19
<b>BAB. III. Metode Penelitian.....</b>	<b>23</b>
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian .....	23
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	23
3.3 Data dan Metode Pengumpulan data .....	24
3.4 Validitas dan Reabilitas .....	25
3.5 Alat Analisis Data.....	27
<b>BAB. IV. Hasil dan Pembahasan.....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	30
4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Status Pekerjaan .....	30
4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Kosmetik Korea .....	31
4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan <i>Brand</i> dan Jenis Kosmetik Korea Yang Dibeli .....	33
4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Membeli Produk Kosmetik Korea .....	36
4.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Pembelian Produk Kosmetik Selain Produk Kosmetik Korea .....	37
4.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Biaya Yang Dikeluarkan.....	39
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	40
4.3 Analisis Faktor .....	42
4.3.1 <i>KMO</i> dan <i>Bartlett's Test</i> .....	42

4.3.2 <i>Anti Image Correlation</i> .....	43
4.3.3 <i>Communalities</i> .....	44
4.3.4 <i>Total Variance Explained</i> .....	45
4.3.5 <i>Scree Plot</i> .....	47
4.3.6 <i>Component Matrix</i> .....	48
4.3.7 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	49
4.3.8 Menamakan Faktor .....	51
<b>BAB. V. Kesimpulan dan Saran</b> .....	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>59</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar produk kosmetik yang sedang disukai oleh perempuan di Indonesia....	4
Tabel 1.2 <i>Brand</i> kosmetik Korea yang menguasai pasar kosmetik Indonesia.....	4
Tabel 1.3 Alasan Memilih dan Menggunakan <i>Brand</i> Kosmetik Korea.....	5
Tabel 1.4 Variabel Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Korea .....	6
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	26
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	27
Tabel 3.3 Kategori Skala Jawaban.....	28
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala .....	28
Tabel 4.1 Tabulasi silang usia dan status pekerjaan responden .....	30
Table 4.2 Pembelian kosmetik Korea yang telah dilakukan .....	31
Tabel 4.3 Frekuensi pembelian kosmetik Korea dalam setiap bulan.....	31
Tabel 4.4 <i>Brand</i> kosmetik Korea yang dipilih responden.....	33
Tabel 4.5 Kosmetik perawatan Korea yang dibeli.....	34
Tabel 4.6 Kosmetik rias wajah Korea yang dibeli .....	35
Tabel 4.7 Tempat membeli produk kosmetik Korea.....	36
Tabel 4.8 Responden yang membeli kosmetik selain kosmetik Korea.....	37
Tabel 4.9 <i>Brand</i> kosmetik yang dibeli (bukan <i>brand</i> Korea) .....	38
Tabel 4.10 Kosmetik perawatan yang dibeli (bukan <i>brand</i> Korea) .....	38
Tabel 4.11 Kosmetik rias wajah yang dibeli (bukan <i>brand</i> Korea) .....	39
Tabel 4.12 Biaya yang dikeluarkan dalam 1x pembelian kosmetik Korea.....	39
Tabel 4.13 Kategori Penilaian Rentang Skala.....	40
Tabel 4.14 Statistkik Deskripif .....	41
Tabel 4.15 <i>KMO</i> dan <i>Bartlett's TestI</i> .....	42
Tabel 4.16 <i>Anti Image Correlation</i> .....	43
Tabel 4.17 <i>Communalities</i> .....	44
Tabel 4.18 <i>Total Variance Explained</i> .....	45
Tabel 4.19 <i>Component Matrix</i> .....	48

Tabel 4.20 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	49
Tabel 4.21 Pengelompokan Faktor .....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	18
Gambar 4.1 <i>Scree Plot</i> .....	47





## DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian .....	59
Data Responden .....	63

