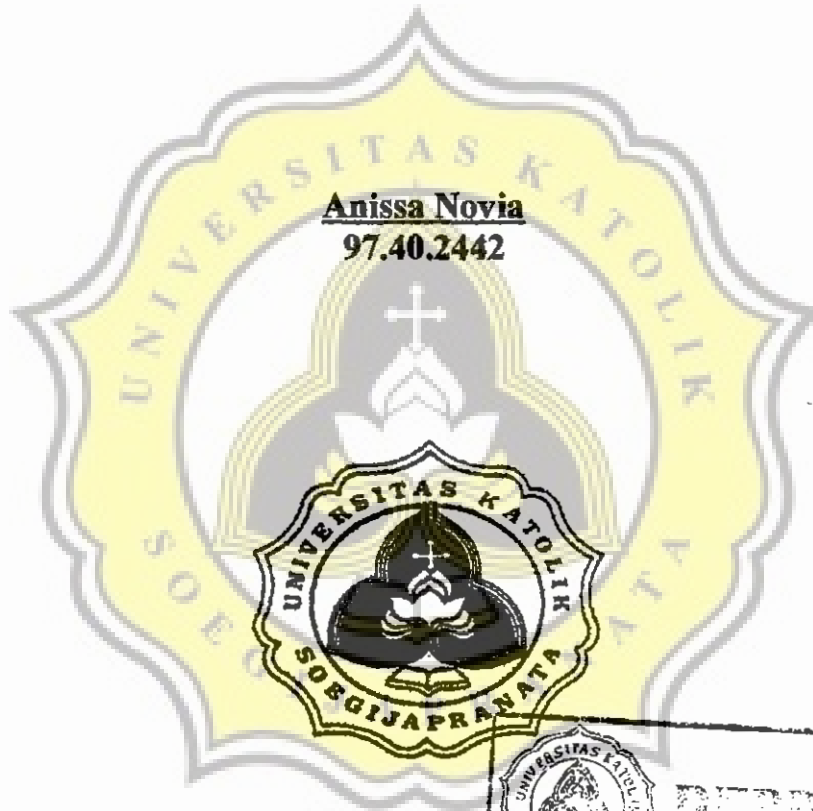



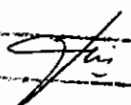
**PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA
REMAJA PUTRI DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP MODEL
IKLAN KOSMETIK DI TELEVISI**

SKRIPSI



Anissa Novia

97.40.2442

		PERUSTAKAAN	
No. INV.	1057	/ P / C.1	
No. PEN.			
PARAP.		TGL.	09/8/02

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2002**

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA
REMAJA PUTRI DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP MODEL
IKLAN KOSMETIK DI TELEVISI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

**Anissa Novia
97.40.2442**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2002**

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**


**Pada Tanggal
5 Juli 2002**



**Mengesahkan
Fakultas Psikologi**

Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan,

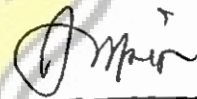

(Drs. Pius Heru Priyanto, Msi.)

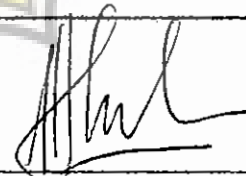
Dewan Penguji :

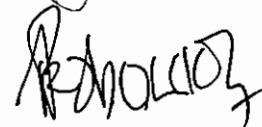
1. Dra. Arie Indarjati, MM

2. Dra. M. Sih Setija Utami, M.Kes.

3. Drs. Sumbodo Prabowo







HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur atas Rakhmat yang diberikan Allah SWT
Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

Karya yang sederhana ini akan penulis persembahkan
Papa dan Mama tercinta serta Adhi, semoga dapat
Membawa suatu kebanggaan tersendiri dihati...

HALAMAN MOTO

Yang penting adalah apa yang dapat kau pelajari setelah kau tau segalanya

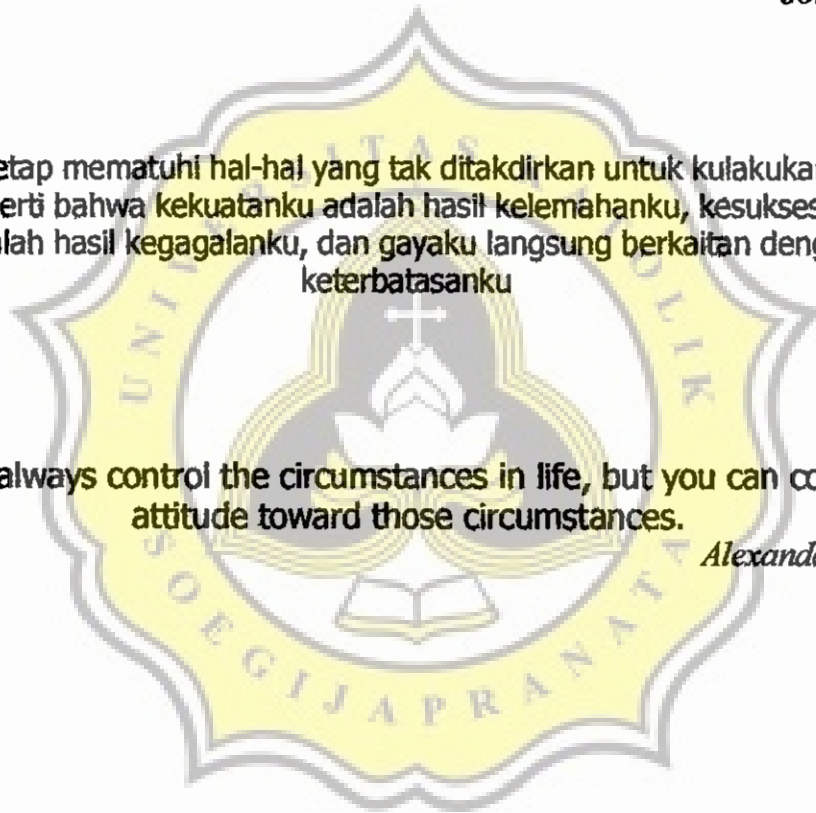
John Wooden

Dengan tetap mematuhi hal-hal yang tak ditakdirkan untuk kulakukan,aku kini
Mengerti bahwa kekuatanku adalah hasil kelemahanku, kesuksesanku
Adalah hasil kegagalanku, dan gayaku langsung berkaitan dengan
keterbatasanku

Billy Joel

You can't always control the circumstances in life, but you can control your
attitude toward those circumstances.

Alexander Lockhart



UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rakhmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga kesulitan-kesulitan yang penulis temukan selama proses penyusunan skripsi ini bisa teratasi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Pius Heru Priyanto, Msi selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Drs. Sumbodo Prabowo selaku Dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
3. Drs. Yoseph Wijokongko selaku Dosen pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan masukan dan kritikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Dra. Th. Dewi Setyorini selaku Dosen wali yang telah memberikan arahan-arahan selama penulis melakukan studi di Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata.
5. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu kepada penulis sebagai bekal penyusunan skripsi.
6. Dra. Emmanuela Hadriami, Msi; Cicilia Tanti Utami, SPSi; dan Drs. Yoseph Wijikongko yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk melakukan penelitian didalam kelas.
7. Kepada staf TU Fakultas Psikologi UNIKA Soegijapranata atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

8. Papa dan mama tercinta yang telah membiayai penulis hingga tamat, terima kasih atas doa, teladan hidup serta kasih sayangnya, semoga karya ini dapat memberikan suatu kebanggaan tersendiri di hati papa dan mama.
9. Kakak dan adikku, Mawan dan Iqbal atas bantuannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Special untuk Adhi Wirawan atas perhatiannya, doa dan dorongan semangatnya selama penulis menyusun skripsi ini.
11. Untuk teman-teman baikku Patricia, Wulan, Maya dan Feni yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
12. Special Thanks to Ana Marie yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian sehingga semuanya dapat berjalan dengan lancar.
13. Seluruh teman-teman angkatan 1997 terima kasih atas pertemanannya selama ini serta bantuannya.
14. Seluruh adik-adik angkatan 1999, 2000 dan 2001 yang telah bersedia mengisi angket untuk penelitian.
15. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya selama penulis menyusun skripsi.

Semarang, Juli 2002

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	5
C. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik Pada Remaja Putri.....	7
1. Pengertian Pengambilan Keputusan Membeli	7
2. Pengertian Kosmetik.....	10
3. Karakteristik Remaja Putri.....	12
4. Pengertian Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik Pada Remaja Putri.....	15
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik.....	16
6. Aspek-aspek Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik.....	19
B. Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	21
1. Pengertian Persepsi.....	21
2. Pengertian Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	22

3. Aspek-aspek Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	27
4. Pengertian Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	29
C. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik Pada Remaja Putri.....	30
D. Hipotesa.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	33
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	35
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	39
1. Validitas Alat Ukur.....	40
2. Reliabilitas Alat Ukur.....	42
F. Metode Analisis Data.....	43
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	44
A. Orientasi Kanchah.....	44
B. Persiapan Penelitian.....	45
C. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	50
D. Hasil Penelitian.....	53
E. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
DAFTAR LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

1. Blue print angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik.....	38
2. Blue print angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	39
3. Sebaran Item angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik.....	46
4. Sebaran Item angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi...	46
5. Sebaran Item Valid dan Item Gugur angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik.....	48
6. Sebaran Item Valid dan Item Gugur angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	49
7. Sebaran Nomor Baru angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik....	51
8. Sebaran Nomor Baru angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi.....	51
9. Rincian Pelaksanaan Penelitian.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

A. DATA HASIL UJI COBA	65
A-1 Angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik	66
A-2 Angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi	72
B. HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS	78
B-1 Validitas Angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik	79
B-2 Reliabilitas Angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik	84
B-3 Validitas Angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi .	91
B-4 Reliabilitas Angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi	96
C. ANGKET PENELITIAN	103
D. DATA PENELITIAN	111
D-1 Angket Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik Pada Remaja Putri	112
D-2 Angket Persepsi Terhadap Model Iklan Kosmetik di Televisi	120
E. UJI ASUMSI	128
E-1 Uji Normalitas	129
E-2 Uji Linearitas	136
F. ANALISA DATA	140
G. SURAT DAN BUKTI PENELITIAN	145