

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Tulungagung.” ditulis oleh Riska Afifah, NIM 2824133107, Dosen Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE.,MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena seiring dengan perkembangan zaman menuntut perempuan untuk tampil lebih cantik dan semakin banyaknya pilihan produk kosmetik yang ditawarkan oleh industri kosmetik kepada konsumen menuntut konsumen pintar dalam menentukan pilihan dengan berbagai macam pertimbangan. Pertimbangan pemilihan tersebut selain dari keunggulan produk juga dapat didasari dari adanya pengaruh lingkungan luar dan dalam diri konsumen.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah yaitu: 1. Apakah faktor budaya dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung? 2. Apakah faktor sosial dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung? 3. Apakah faktor kepribadian dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung? 4. Apakah faktor psikologis dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung? 5. Faktor manakah yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung? Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis faktor. Data yang digunakan adalah data primer dengan populasi sebanyak 1.126 responden. Teknik sampling yang digunakan ialah *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 169 responden. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 12. Data diolah dengan menggunakan SPSS 16 dan minitab 17.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 12 variabel yang diteliti terdapat 4 faktor yang terbentuk yaitu faktor Budaya menjadi faktor pertama yang paling dipertimbangkan. Faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen yaitu faktor Kepribadian. Faktor ketiga yang dipertimbangkan konsumen yaitu Subbudaya, dan faktor ke empat yang dipertimbangkan konsumen yaitu faktor Psikologis. Dari ke empat faktor yang terbentuk dalam penelitian ini telah sesuai dan mengkonfirmasi teori pembentuk awal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor Budaya, Subbudaya, Kepribadian, dan Psikologi sama-sama dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk kosmetik.

Kata kunci : Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis, Konsumen.

ABSTRACT

Thesis entitled "Factors Considering Consumers In Choosing Cosmetic Products On Student Majors Sharia Economics Faculty of Islamic Economics and Business at IAIN Tulungagung." Written by Riska Afifah, NIM 2824133107, Lecturer of Sri Eka Astutiningsih, SE., MM.

This research is motivated because along with the development of the era demands women to look more beautiful and the increasing number of cosmetic products offered by the cosmetics industry to consumers demands smart consumers in making choices with a variety of considerations. Such selection considerations apart from product superiority can also be based on the influence of the external environment and within the consumer.

The formulation of the problem in writing this thesis is: 1. Are cultural factors considered consumers in choosing cosmetic products on female students majoring in economics and Islamic business faculty at IAIN Tulungagung? 2. What social factors are considered by consumers in choosing cosmetic products on female students of sharia economy and Islamic business faculty at IAIN Tulungagung? 3. Are personality factors considered by consumers in choosing cosmetic products on female students of Islamic economics and Islamic business faculty at IAIN Tulungagung? 4. What psychological factors are considered by consumers in choosing cosmetic products on female students of Sharia economics faculty of economics and Islamic business at IAIN Tulungagung? 5. Which factors are most considered by consumers in choosing cosmetic products on female students of Sharia economics faculty and Islamic business at IAIN Tulungagung? The purpose of this study is to analyze the factors considered by consumers in choosing cosmetic products on female students of Islamic economics and Islamic business department at IAIN Tulungagung.

This research uses quantitative method with factor analysis. The data used are primary data with population of 1,126 respondents. Sampling technique used is probability sampling with simple random sampling category. The sample used was 169 respondents. Number of variables studied as much as 12. Data processed by using SPSS 16 and minitab 17.

The results of this study indicate that of 12 variables studied there are 4 factors that are formed namely Culture factor becomes the first factor most considered. The second factor that consumers consider is the Personality factor. The third factor that consumers consider is Subculture, and the fourth factor that consumers consider the psychological factors. Of the four factors formed in this study have been appropriate and confirm the initial forming theory. Thus it can be concluded that the factors Culture, Subculture, Personality, and Psychology are equally considered consumers in choosing cosmetic products.

Keywords: Culture, Social, Personality, Psychological, Consumer.