



**PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Carren Febriani  
705160071**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2019**



**PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Carren Febriani  
705160071**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2019**

|                                                                                                                                                    |  |                                         |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------|-------------------------------|
|  <b>UNTAR</b><br>Tarumanagara University<br>FAKULTAS<br>PSIKOLOGI |  | <b>FR-FP-02-06/R0</b>                   | <b>HAL</b><br>.<br><b>i/1</b> |
| <b>05 NOVEMBER 2010</b>                                                                                                                            |  | <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH</b> |                               |

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Carren Febriani**

NIM : **705160071**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

**PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.

Jakarta, 10 Juli 2020

Yang Memberikan Pernyataan



Carren Febriani

|                                                                                                                                                    |                |                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------|
|  <b>UNTAR</b><br>Tarumanagara University<br>FAKULTAS<br>PSIKOLOGI | FR-FP-04-07/R0 | HAL.<br><br>1/1              |
|                                                                                                                                                    |                | SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH |
| 05 NOVEMBER 2010                                                                                                                                   |                |                              |

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Carren Febriani**

NIM : **705160071**

Alamat : **Jl. Empang Bahagia 4A no. 7 rt.05/10, Jelambar, Grogol Petamburan, Jakarta Barat. 11460.**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

**PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 10 Juli 2020



Carren Febriani

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Carren febriani

N.I.M : 705160071

Program studi : S1 Psikologi

**Judul Skripsi**

**PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 06 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Ir. Rita Markus Idulfilastri, M.Psi.T.
2. Anggota : Dr. Heryanti Setyadi, M.Psi., Psi.  
Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.

Jakarta, 10 Juli 2020

Pembimbing 1



Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.

Pembimbing Pendamping



Dra. Ninawati, M.M.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PERANAN SELEBRITIS ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Psikologi yang diselenggarakan oleh Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara Jakarta. Dalam penyusunan penulisan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun berkat adanya pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat melalui setiap proses yang ada. Untuk hal ini pada kesempatan yang ada penulis ucapkan rasa hormat serta terima kasih kepada:

1. Ibu Rostiana S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog. Selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara
2. Ibu Meike Kurniawati S.Psi., M.M. Selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia memberi dukungan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
3. Ibu Ninawati Dra., M.M. Selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia memberi dukungan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh responden yang sudah membantu dalam pengisian kuesioner.
6. Kedua orang tua, Kakak, Adik, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan doa, dukungan material dan dukungan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi.

7. Pemimpin penulis yang ada di Gereja Mawar Sharon Jakarta Barat dan komunitas rohani penulis yang telah memberi dukungan motivasi dan dukungan secara spiritual dalam penyelesaian skripsi tersebut.
8. Teman-teman penulis, terutama William Dipa Mulya, Elizabeth Jenny Trixie yang sangat membantu saya dalam pengerjaan skripsi dengan mengajari saya dalam banyak hal yang tidak saya ketahui, memberi dukungan semangat, serta dukungan doa yang diberikan.
9. Adil Kareem, sebagai salah satu orang terdekat penulis, yang terus setia, siap siaga, dan selalu memberi semangat serta dukungan doa yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi tersebut.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang sudah memberi dukungan motivasi, dukungan doa dan dukungan lainnya.

Segala dukungan yang diberikan seluruh pihak, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. Penulisan skripsi ini memang jauh dari kata sempurna, tapi penulis telah berusaha sebaik mungkin. Penulis pun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang dan semoga Tuhan selalu memberkati dan menyertai kita semua.

Jakarta, 18 Juni 2020



Penulis

Carren Febriani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL 1

HALAMAN JUDUL 2

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR ..... iv

DAFTAR GAMBAR ..... x

DAFTAR TABEL ..... xi

DAFTAR LAMPIRAN ..... xiii

ABSTRAK ..... xv

BAB I ..... 1

PENDAHULUAN ..... 1

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Rumusan masalah ..... 9

1.3 Tujuan penelitian ..... 9

1.4 Manfaat Penelitian ..... 9

1.4.1 Manfaat Teoretis ..... 9

1.4.2 Manfaat Praktis ..... 9

1.5 Sistematika Penulisan ..... 10

BAB II ..... 11

KAJIAN TEORETIS ..... 11

2.1 Perilaku Konsumen ..... 11

2.2. Keputusan Pembelian ..... 12

2.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian ..... 12

2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... 13



|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3 Tahapan Keputusan Pembelian .....                                                             | 18        |
| 2.3 Iklan .....                                                                                     | 24        |
| 2.3.1 Pengertian Iklan .....                                                                        | 24        |
| 2.3.2 Fungsi Periklanan .....                                                                       | 25        |
| 2.4 Kelompok Acuan .....                                                                            | 27        |
| 2.4.1 Pengertian Kelompok Acuan .....                                                               | 27        |
| 2.4.2 Jenis-Jenis Kelompok Acuan .....                                                              | 28        |
| 2.5 Selebritis .....                                                                                | 30        |
| 2.5.1 Atribut Selebritis .....                                                                      | 31        |
| 2.6 Dewasa Awal .....                                                                               | 33        |
| 2.7 Kerangka Pemikiran .....                                                                        | 35        |
| 2.8 Hipotesis Penelitian .....                                                                      | 37        |
| <b>BAB III .....</b>                                                                                | <b>38</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                                                      | <b>38</b> |
| 3.1 Partisipan Penelitian .....                                                                     | 38        |
| 3.1.1 Kriteria Partisipan penelitian .....                                                          | 38        |
| 3.1.2 Populasi dan Sampel Partisipan .....                                                          | 38        |
| 3.1.3 Gambaran Partisipan Penelitian .....                                                          | 41        |
| 3.1.3.1 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Jenis kelamin ..                                 | 41        |
| 3.1.3.2 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Usia .....                                       | 41        |
| 3.1.3.3 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Domisili .....                                   | 42        |
| 3.1.3.4 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Pendidikan<br>Terakhir .....                     | 43        |
| 3.1.3.5 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....                                  | 44        |
| 3.1.3.6 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Sumber<br>Penghasilan .....                      | 44        |
| 3.1.3.7 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Pengeluaran<br>Setiap Bulan .....                | 45        |
| 3.1.3.8 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Pengeluaran<br>Pembelian Kosmetik Perbulan ..... | 46        |
| 3.1.3.9 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Merek Kosmetik<br>Yang Digunakan .....           | 47        |

|                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.3.10 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Produk Kosmetik Yang Digunakan ..... | 48        |
| 3.1.3.12 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Tujuan Penggunaan Kosmetik.....      | 49        |
| 3.1.3.13 Gambaran Partisipan Penelitian Berdasarkan Tempat Membeli.....                  | 50        |
| 3.2 Jenis Penelitian .....                                                               | 51        |
| 3.3 Setting dan Perlengkapan Penelitian .....                                            | 52        |
| 3.3.1 Setting Penelitian.....                                                            | 52        |
| 3.3.2 Perlengkapan penelitian .....                                                      | 52        |
| 3.4 Pengukuran Penelitian.....                                                           | 52        |
| 3.4.1 Alat Ukur untuk Selebritis Acuan.....                                              | 52        |
| 3.4.2 Alat Ukur Untuk Keputusan Pembelian .....                                          | 54        |
| 3.5 Prosedur Penelitian.....                                                             | 56        |
| 3.5.1 Tahap Persiapan Penelitian .....                                                   | 56        |
| 3.5.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian.....                                                  | 56        |
| 3.6 Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....                                             | 57        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                                      | <b>58</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN .....</b>                                                            | <b>58</b> |
| 4.1 Gambaran Data Penelitian .....                                                       | 58        |
| 4.1.1 Gambaran Data Selebritis Acuan.....                                                | 58        |
| 4.1.2 Gambaran Data Keputusan Pembelian.....                                             | 59        |
| 4.2 Uji Asumsi .....                                                                     | 60        |
| 4.3 Analisis Data Utama .....                                                            | 62        |
| 4.3.1 Uji Regresi antara Peranan Selebritis Acuan dengan Keputusan Pembelian.....        | 62        |
| 4.3.2 Uji Regresi Dimensi Selebritis Acuan terhadap Keputusan Pembelian.....             | 63        |
| 4.4 Analisis Data Tambahan .....                                                         | 64        |
| 4.4.1 Uji Beda Selebritis Acuan Berdasarkan Usia.....                                    | 64        |
| 4.4.2 Uji Beda Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia .....                                | 65        |
| 4.4.4 Uji Beda Selebritis Acuan Berdasarkan Merek Kosmetik .....                         | 67        |
| 4.4.5 Uji Beda Keputusan Pembelian berdasarkan Merek.....                                | 68        |

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.4.6 Uji Regresi Berdasarkan Pilihan Merek Tertinggi .....      | 69         |
| 4.4.7 Uji Beda Selebritis Acuan Berdasarkan Produk Kosmetik..... | 69         |
| 4.4.8 Uji Beda Keputusan Pembelian Berdasarkan Produk.....       | 70         |
| 4.4.9 Uji Regresi Berdasarkan Pilihan Produk .....               | 71         |
| <b>BAB V .....</b>                                               | <b>72</b>  |
| <b>KESIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN .....</b>                      | <b>72</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                                             | 72         |
| 5.2 Diskusi.....                                                 | 72         |
| 5.3 Saran.....                                                   | 76         |
| 5.3.1 Saran yang untuk penelitian selanjutnya.....               | 76         |
| 5.3.2 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Praktis .....          | 76         |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                            | <b>xvi</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                      | <b>P-1</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                            | <b>L-1</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Consumer Decision Making ..... | 18 |
|------------------------------------------|----|

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Jumlah penduduk provinsi DKI Jakarta 2018 .....                                          | 39 |
| Tabel 2. Jumlah penduduk perempuan DKI Jakarta usia 20-39 tahun .....                             | 39 |
| Tabel 3. Gambaran subyek penelitian berdasarkan usia.....                                         | 42 |
| Tabel 4. Gambaran subyek penelitian berdasarkan domisili .....                                    | 42 |
| Tabel 5. Gambaran subyek penelitian berdasarkan pendidikan terakhir .....                         | 43 |
| Tabel 6. Gambaran subyek penelitian berdasarkan pekerjaan.....                                    | 44 |
| Tabel 7. Gambaran subyek penelitian berdasarkan sumber penghasilan .....                          | 45 |
| Tabel 8. Gambaran subyek penelitian berdasarkan pengeluaran setiap bulan .....                    | 45 |
| Tabel 9. Gambaran subyek penelitian berdasarkan pengeluaran pembelian kosmetik setiap bulan ..... | 46 |
| Tabel 10. Gambaran subyek berdasarkan merek .....                                                 | 47 |
| Tabel 11. Gambaran subyek berdasarkan produk kosmetik.....                                        | 48 |
| Tabel 12. Gambaran subyek berdasarkan selebriti yang diketahui .....                              | 49 |
| Tabel 13. Gambaran subyek berdasarkan tujuan penggunaan kosmetik .....                            | 50 |
| Tabel 14. Gambaran subyek berdasarkan tempat membeli kosmetik .....                               | 51 |
| Tabel 15. Uji validitas dan reliabilitas keputusan pembelian.....                                 | 55 |
| Tabel 16. Gambaran data selebritis acuan.....                                                     | 58 |
| Tabel 17. Gambaran data keputusan pembelian.....                                                  | 59 |
| Tabel 18. Gambaran data uji normalitas .....                                                      | 60 |
| Tabel 19. Uji normalitas data .....                                                               | 61 |
| Tabel 20. Uji regresi selebritis acuan terhadap keputusan pembelian.....                          | 62 |

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 21. Uji beda selebritis acuan berdasarkan usia .....     | 63 |
| Tabel 22. Uji beda keputusan pembelian berdasarkan usia .....  | 64 |
| Tabel 23. Uji beda selebritis acuan berdasarkan merek.....     | 66 |
| Tabel 24. Uji beda keputusan pembelian berdasarkan merek.....  | 67 |
| Tabel 25. Uji beda selebritis acuan berdasarkan produk.....    | 68 |
| Tabel 26. Uji beda keputusan pembelian berdasarkan produk..... | 69 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                         |      |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| Lampiran 1. Blueprint independen variabel .....                         | L-1  |
| Lampiran 2. Blueprint dependen variabel.....                            | L-2  |
| Lampiran 3. Uji validitas dan reliabilitas independen variabel .....    | L-5  |
| Lampiran 4. Uji validitas dan reliabilitas dependen variabel .....      | L-8  |
| Lampiran 5. Gambaran data subyek.....                                   | L-10 |
| Lampiran 5a. gambaran data berdasarkan usia.....                        | L-10 |
| Lampiran 5b. gambaran data berdasarkan domisili.....                    | L-11 |
| Lampiran 5c. gambaran data berdasarkan pendidikan terakhir .....        | L-11 |
| Lampiran 5d. gambaran data berdasarkan status pekerjaan .....           | L-11 |
| Lampiran 5e. gambaran data berdasarkan penghasilan .....                | L-11 |
| Lampiran 5f. gambaran data berdasarkan pengeluaran setiap bulan.....    | L-12 |
| Lampiran 5g. gambaran data berdasarkan pengeluaran kosmetik perbulan .. | L-12 |
| Lampiran 5h. gambaran data berdasarkan merek kosmetik lokal .....       | L-12 |
| Lampiran 5h. gambaran data berdasarkan produk.....                      | L-13 |
| Lampiran 5j. gambaran data berdasarkan selebriti yang diketahui.....    | L-13 |
| Lampiran 5k. gambaran data berdasarkan tujuan penggunaan kosmetik ..... | L-13 |
| Lampiran 5l. gambaran data berdasarkan tempat membeli kosmetik.....     | L-14 |
| Lampiran 6. Gambaran data penelitian independen variabel .....          | L-14 |
| Lampiran 7. Gambaran data penelitian dependen variabel .....            | L-15 |
| Lampiran 8. Uji normalitas data .....                                   | L-15 |
| Lampiran 9. Data uji regresi .....                                      | L-15 |

|                                                                                          |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Lampiran 10. Uji t-test IV berdasarkan usia .....                                        | L-16 |
| Lampiran 11. Uji t-test DV berdasarkan usia .....                                        | L-17 |
| Lampiran 12. Uji regresi berdasarkan usia 20-29 tahun .....                              | L-17 |
| Lampiran 13. Uji regresi berdasarkan usia 30-40 tahun .....                              | L-18 |
| Lampiran 14. Uji beda IV berdasarkan merek .....                                         | L-19 |
| Lampiran 15. Uji beda DV berdasarkan merek .....                                         | L-19 |
| Lampiran 16. Uji regresi berdasarkan merek make over (tertinggi pertama) .....           | L-20 |
| Lampiran 17. Uji regresi berdasarkan merek emina (tertinggi kedua) .....                 | L-20 |
| Lampiran 18. Uji beda IV berdasarkan produk .....                                        | L-21 |
| Lampiran 19. Uji beda DV berdasarkan produk.....                                         | L-22 |
| Lampiran 20. Uji regresi berdasarkan produk lipstick (pilihan tertinggi) .....           | L-22 |
| Lampiran 21. Uji regresi berdasarkan produk bedak (pilihan kedua) .....                  | L-23 |
| Lampiran 22. Uji asumsi linearitas .....                                                 | L-24 |
| Lampiran 23. Uji asumsi multikolinearitas .....                                          | L-24 |
| Lampiran 24. Uji asumsi heteroskedastisitas .....                                        | L-25 |
| Lampiran 25. Uji regresi dimensi <i>credibility</i> terhadap keputusan pembelian.....    | L-25 |
| Lampiran 26. Uji regresi dimensi <i>attractiveness</i> terhadap keputusan pembelian..... | L-26 |
| Lampiran 27. Uji regresi dimensi <i>power</i> terhadap keputusan pembelian.....          | L-27 |



## ABSTRAK

**Carren Febriani (705160071)**

**Meike Kurniawati, S.Psi., M.M., & Dra. Ninawati, M.M.**

### **PERANAN KELOMPOK ACUAN SELEBRITIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA WANITA DEWASA AWAL**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan kelompok acuan selebritis terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada wanita dewasa awal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang dikumpulkan dari 204 responden di Jakarta yang memiliki kriteria usia 20-40 tahun dan menggunakan produk kosmetik lokal. Partisipan dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yang dipilih dengan *purposive sampling*, kemudian data diproses dengan menggunakan teknik pengujian regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan ada peranan dari kelompok acuan selebritis terhadap keputusan pembelian. Hasil uji regresi antara kelompok acuan selebritis dan keputusan pembelian menunjukkan nilai *adjusted R square* nya adalah 0,400 yang berarti variabel independen dapat menjelaskan sebesar 40% terhadap variabel dependen. Sementara sisanya 60% dapat dijelaskan oleh faktor atau peranan lainnya yang tidak di uji dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kelompok acuan, selebritis, keputusan pembelian.