

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN WARDAH DENGAN LA
TULIPE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan tahun 2014 di Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi sebagai syarat- syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama :Devi Lutfianik

NIM :14413389

Program Studi :Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Wardah dengan La Tulipe (Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Devi Lutfianik

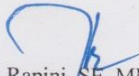
N I M : 14413389

Program Studi : Manajemen

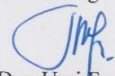
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 1 Agustus 2018


Pembimbing I


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

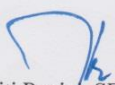
Pembimbing II



(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

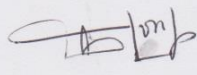
Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji :


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301


(Naning Kristiyana, SE, MM)
NIDN. 0721117501


(Sri Hartono, SE, MM)
NIDN. 0730127102

RINGKASAN

Saat ini dampak perkembangan kosmetik sangat menjamur terutama pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Terhitung ada beberapa merek kosmetik yang terkenal di Indonesia misalnya Sariayu, Wardah, Viva, La Tulipe, Garnier, dan sebagainya masih banyak lagi nama merk kosmetik ternama di Indonesia sehingga peneliti ingin meneliti seberapa besar persaingan antara kosmetik merek Wardah dengan La Tulipe terutama pada mahasiswi Manajemen Angkatan 2014 Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen dalam kualitas produk, Merek, dan Kemasan pada mahasiswi manajemen angkatan tahun 2014 Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Hasil penelitian dengan menggunakan uji perbedaan rata-rata konsumen Wardah dengan La Tulipe di lingkungan Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,379 > t$ tabel $0,279$ dengan nilai sig (2-tailed) sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima artinya terdapat perbedaan persepsi konsumen dalam kualitas produk Wardah dengan La Tulipe. Variabel Merek menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,861 > t$ tabel $0,279$ dengan nilai sig (2-tailed) sebesar $0,005 < 0,05$ maka H_a diterima artinya terdapat perbedaan persepsi konsumen merek Wardah dibandingkan dengan Merek La Tulipe. Variabel Kemasan menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,697 > t$ tabel $0,279$ dengan nilai sig (2-tailed) sebesar $0,008 < 0,05$ maka H_a diterima artinya terdapat perbedaan persepsi konsumen antara kemasan Wardah dengan kemasan La Tulipe di lingkungan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, Merek, dan Kemasan

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Wardah dengan La Tulipe (Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan Tahun 2014 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa masih banyak hambatan yang dilalui dalam proses penyusunan skripsi, namun dukungan dari berbagai pihak akhirnya hambatan tersebut dapat dilewati hingga tersusunlah skripsi meskipun masih jauh dari kata sempurna. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada yang terhormat :

1. Drs. H. Sulton, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Titi Rapini, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan serta mendidik penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses menyusun dan menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Seluruh staf dan karyawan yang telah membantu dalam perizinan dalam penelitian.
6. Ibu dan saudaraku yang tiada henti memberikan doa , semangat dan motivasi.


7. Teman – temanku angkatan 2014 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Kelas B yang telah memberikan dorongan bantuan dan doanya dalam menyusun skripsi khususnya untuk sahabatku Wafin Itasari, Devi Bos Ceker dan Reny Puspitasari.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis menerima kritik atau saran yang membangun guna memperbaiki maupun menyempurnakan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Aamiin

Ponorogo, 1 Agustus 2018



Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan /atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 1 Agustus 2018

Penulis



(Devi Lutfianik)

NIM 14413389

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Beraniilah!!!

Anda tidak akan bisa sampai ke pulau baru tanpa mengarungi lautan dan meninggalkan pulau lama anda

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk penuh rasa syukur dan kerendahan hati :

Kedua orang tuaku tercinta Bapak Sadir (alm) dan Ibu Sugiati terimakasih atas doa dan kasih sayang yang engkau curahkan selama ini.

Terimakasih saudara-saudaraku, sahabatku yang selalu setia menemani dari awal sampai akhir.

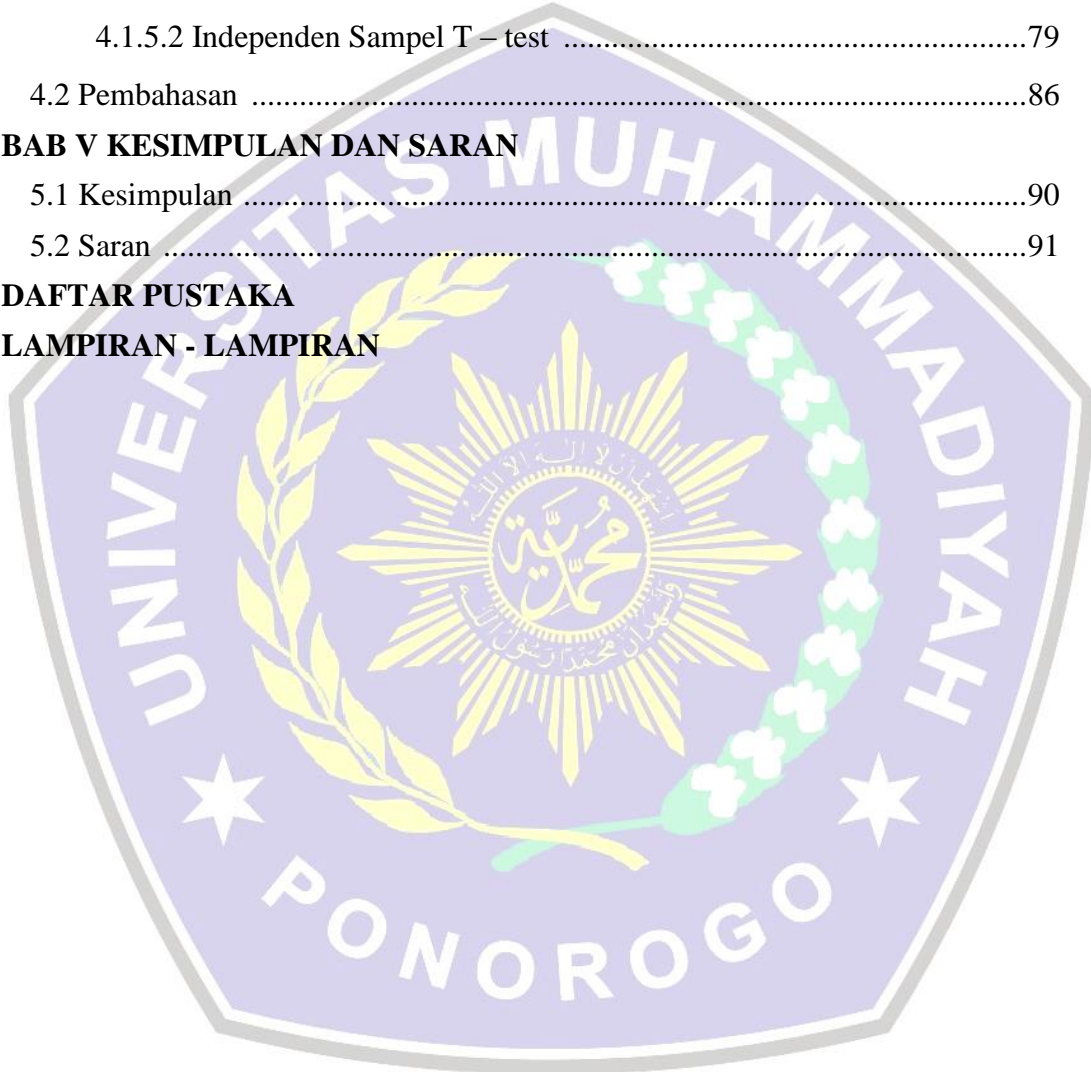
Terimakasih kekasihku Syaiful Anam Prasetyo yang menampung keluh kesahku, selalu memberikan support.

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Ringkasan	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	v
Motto dan Persembahan	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Perilaku Konsumen	14
2.1.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.1.3.2 Model Of Buyer Behaviour	19
2.1.4 Persepsi	23
2.1.4.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.1.5 Produk	26
2.1.6 Kualitas Produk	28
2.1.7 Merek	28

2.1.8 Kemasan	30
2.1.9 Keputusan Pembelian	31
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	43
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	48
3.3 Metode Pengambilan Data	51
3.3.1 Sumber Data	51
3.3.2 Teknik Pengambilan Data	52
3.4 Definisi Operasional Variabel	54
3.5 Uji Instrumen	57
3.5.1 Uji Validitas	57
3.5.2 Uji Reabilitas	58
3.6 Metode Analisis Data	59
3.6.1 Uji Beda Independent Sample T-Test	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	60
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan Wardah	61
4.1.1.2 Visi, Misi Perusahaan Wardah	62
4.1.1.3 Sejarah La Tulipe	63
4.1.1.4 Visi, Misi Perusahaan La Tulipe	65
4.1.2 Macam Produk Wardah dan La Tulipe	65
4.1.3 Data Responden Produk Wardah dengan La Tulipe	66
4.1.3.1 Data Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.3.2 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	67
4.1.3.3 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	68

4.1.4 Identifikasi Tanggapan Responden	69
4.1.4.1 Produk Wardah	69
4.1.4.2 Produk La Tulipe.....	73
4.1.5 Hasil Analisis Data	76
4.1.5.1 Uji Instrumen	76
4.1.5.2 Independen Sampel T – test	79
4.2 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

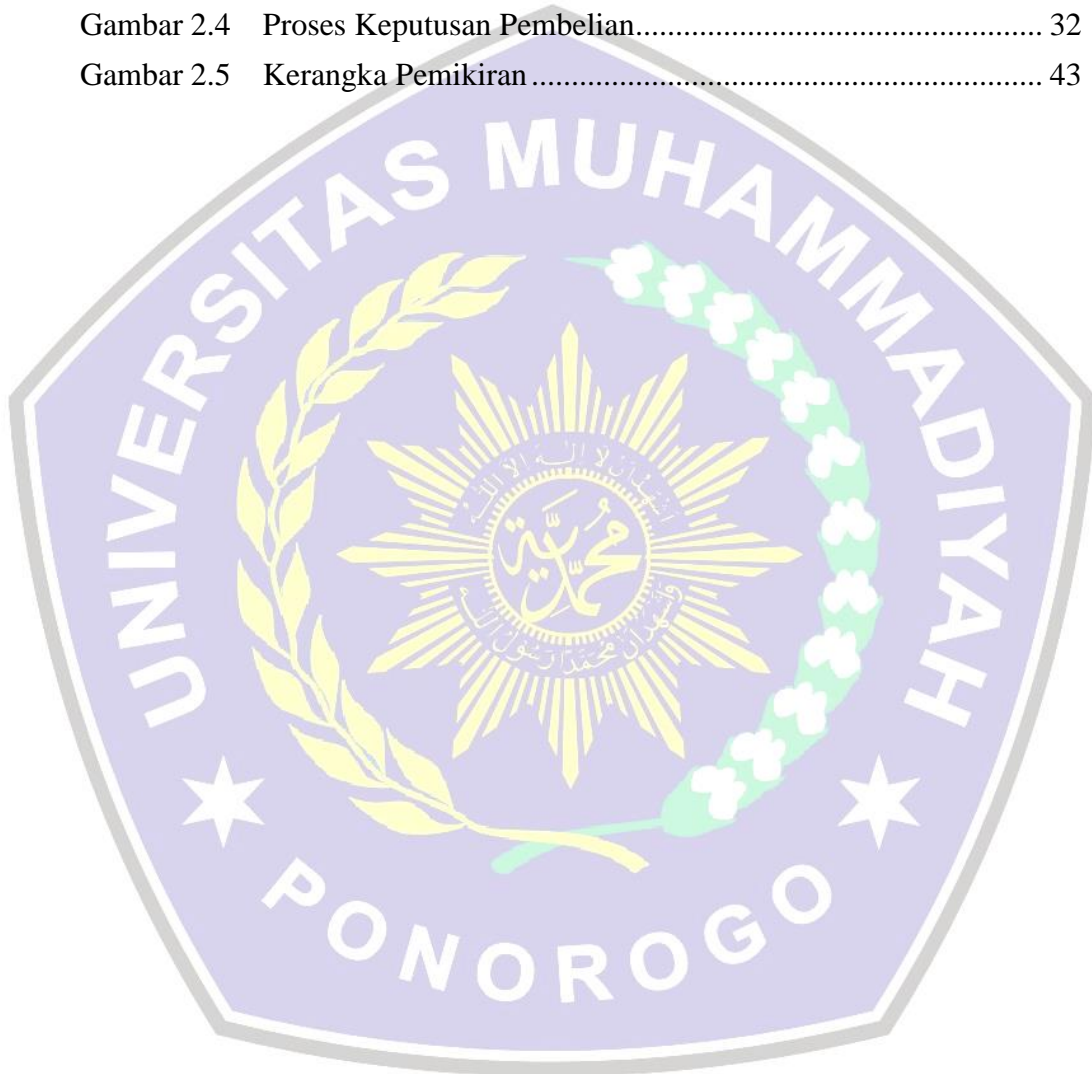


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan Tahun 2014 Yang Pernah Atau Yang Menggunakan Produk Kecantikan	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2014 Universitas Muhammadiyah Ponorogo Yang Pernah Menggunakan Produk Wardah atau La Tulipe	47
Tabel 3.2	Data Populasi Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi	48
Tabel 3.3	Data Sampel Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi	50
Tabel 3.4	Kuesioner	54
Tabel 4.1	Daftar Macam Wardah dan La Tulipe	66
Tabel 4.2	Frekuensi Tingkat Usia	66
Tabel 4.3	Frekuensi Lama Pengguna Produk	67
Tabel 4.4	Frekuensi Pengeluaran Per Bulan	68
Tabel 4.5	Identifikasi Tanggapan Responden Kualitas Produk X1	69
Tabel 4.6	Identifikasi Tanggapan Responden Merek X1	71
Tabel 4.7	Identifikasi Tanggapan Responden Kemasan X1	72
Tabel 4.8	Identifikasi Tanggapan Responden Kualitas Produk X2	73
Tabel 4.9	Identifikasi Tanggapan Responden Merek X2	74
Tabel 4.10	Identifikasi Tanggapan Responden Kemasan X2	75
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Wardah dengan La Tulipe	77
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas Wardah dengan La Tulipe	79
Tabel 4.13	Uji Independent Sample Test Kualitas Produk	80
Tabel 4.14	Uji Independent Sample Test Merek	82
Tabel 4.15	Uji Independent Sample Test Kemasan	84
Tabel 4.16	Hasil Ringkasan Penelitian	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Buyer Behaviour	19
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.3	Komponen- Komponen Produk.....	27
Gambar 2.4	Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran	43



Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Validitas dan Reabilitas Wardah
Lampiran 3	Hasil Validitas dan Reabilitas La Tulipe
Lampiran 4	Hasil Uji Independent Sample T-test
Lampiran 5	Nilai r product Moment
Lampiran 6	Rekap Jawaban Rensponden Wardah dan La Tulipe

