

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE  
IMPOR**

**SKRIPSI**

**LILIK LIDYAWATI**  
21170000391



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE  
IMPOR**

**SKRIPSI**

**LILIK LIDYAWATI**  
21170000391



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

### **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE IMPOR**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2022



Lilik Lidyawati

NPM : 21170000391

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

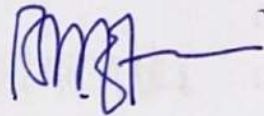
Karya ilmiah dengan judul :

### **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE IMPOR**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Dr. Diah Pranasari, SP., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, Februari 2022

Pembimbing,



Dr. Diah Pranasari, SP., MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



digitally signed  
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

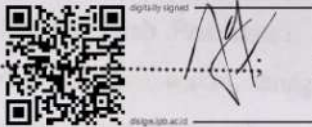
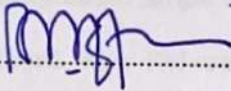
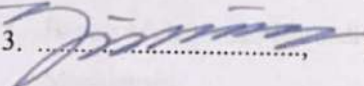
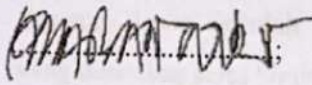
## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

### **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE IMPOR**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 2022 dengan nilai \_\_\_\_

#### **Panitia Ujian Karya ilmiah**

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Dr. Diah Pralitasari, SP., MM  
(Pembimbing)
3.  .....; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME.  
( Ketua Sidang Penguji )
4.  .....; Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM.  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

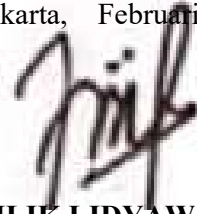
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbinganya selama melaksanakan studi.
5. Kepada Bapak Suryono dan Ibu Nunung selaku kedua orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, motivasi juga sebagai support system bagi peneliti.
6. Kepada Aunty Dyna Jacob sebagai sahabat peliti yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti, memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada Virli selaku sahabat peneliti yang sudah memberikan semangat peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Kepada pengisi kuisisioner yang telah bersedia meluangkan waktunya mengisi data kuisisioner untuk kepentingan peneliti.
9. Kepada Ali Ijaz selaku teman dekat peneliti yang sudah memberikan keyakinan kepada peneliti untuk bisa menyelesaikan penelitian ini.
10. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
11. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Februari 2022



**LILIK LIDYAWATI**

**NPM 21170000391**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lilik Lidyawati  
NPM : 21170000391  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE IMPOR**

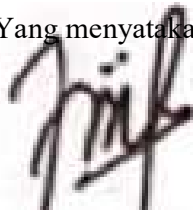
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Maret 2022

Yang menyatakan,



Lilik Lidyawati



Lilik Lidyawati  
NPM : 21170000391  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Dr. Diah Pranitasari, SP., MM

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE IMPOR**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji bagaimana pengaruh perceived behavior control, motivasi, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen mengenai skincare impor. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di lingkungan RW 06 Kebantenan V Jakarta. Perceived behavior control (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, Motivasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

Gaya hidup (X3) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada masyarakat Kebantenan V Semper Timur, DKI Jakarta, Jakarta Utara. Saran ditujukan untuk peneliti yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, penulis merekomendasikan untuk meneliti pengaruh variabel lain seperti harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

***Kata kunci* : Perceived behavior control, motivasi, gaya hidup dan perilaku konsumen**

Lilik Lidyawati

NPM : 21170000391

Programme Study S-1 Management

Lecturer :

Dr. Diah Pranitasari, SP., MM

## ***FACTORS AFFECTING CONSUMER BEHAVIOR IN USING IMPORTED SKINCARE***

### ***ABSTRACT***

*This study aims to determine and examine how the influence of perceived behavior control, motivation, and lifestyle on consumer behavior regarding imported skincare. In this study, the authors used quantitative research methods. According to (Sugiyono, 2017) that is a research method based on positivist philosophy, it is used to examine certain populations or samples.*

*Sampling techniques are generally carried out randomly, data collection using research instruments, data analysis is quantitative/statistical with the aim of testing predetermined hypotheses. This research was conducted in RW 06 Kebantenan V Jakarta Perceived behavior control (X1) has a significant influence on consumer behavior, Motivation (X2) has a significant effect on consumer behavior.*

*Lifestyle (X3) has no effect on consumer behavior in the Kebantenan V Semper community. Timur, DKI Jakarta, North Jakarta Suggestions are intended for researchers who are interested in continuing this research, the authors recommend examining the influence of other variables such as price and product quality in influencing consumer behavior.*

***Keywords: Perceived behavior control, motivation, lifestyle and consumer behavior***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Landasan Teori .....	6
2.1.1. Perilaku Konsumen .....	6
2.1.2. <i>Perceived Behavior Control</i> .....	8
2.1.3. Motivasi.....	11
2.1.4. Gaya Hidup.....	15
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1. Pengaruh <i>Pereceived behavior control</i> terhadap perilaku konsumen .....	22
2.3.2. Pengaruh motivasi terhadap perilaku konsumen .....	23

2.3.3. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen.....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	24
2.5. Kerangka Berfikir .....	24
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Metode Penelitian .....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi penelitian.....	27
3.2.2. Sampel penelitian .....	27
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	29
3.4.1. Variabel Penelitian .....	29
3.4.2. Operasional Variabel .....	30
3.5. Instrumen Penelitian .....	32
3.5.1. Skala Likert.....	32
3.5.2. Skala Interval .....	32
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.1. Jenis Data .....	33
3.6.2. Sumber Data.....	33
3.7. Analisis Data .....	33
3.7.1. Uji Instrumen .....	34
3.8. Uji Analisis.....	35
3.8.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
3.9. Uji Hipotesis.....	35
3.9.1. Uji T (Parsial).....	35
3.9.2. Hipotesis Statistik.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	38
4.1.1. Deskripsi Tempat Penelitian .....	38
4.2. Deskripsi Data Responden .....	39
4.2.1. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.2. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	40

4.3.	Hasil pengujian Instrumen Penelitian.....	41
4.3.1.	Uji Validitas .....	41
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	45
4.4.	Analisis Statistik Data.....	46
4.4.1.	Uji Koefisien Korelasi .....	46
4.4.2.	R <sup>2</sup> Simultan .....	48
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	49
4.5.1.	Uji T (Parsial).....	49
4.5.2.	Uji F (Simultan) .....	53
4.6.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	54
4.6.1.	Pengaruh <i>Perceived behavior control</i> terhadap Perilaku Konsumen pada Masyarakat Kebantenan V Semper Timur, DKI Jakarta, Jakarta Utara yang menggunakan Skincare Impor produk kecantikan.....	54
4.6.2.	Pengaruh Motivasi Terhadap Perilaku Konsumen pada Masyarakat Kebantenan V Semper Timur, DKI Jakarta, Jakarta Utara yang menggunakan Skincare Impor produk kecantikan .....	55
4.6.3.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen pada Masyarakat Kebantenan V Semper Timur, DKI Jakarta, Jakarta Utara yang menggunakan Skincare Impor produk kecantikan .....	55
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1.	Simpulan .....	61
5.2.	Saran .....	62
5.3.	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	62
	<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>63</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1</b> Peringkat skincare brand Korea Selatan Tahun 2020 .....	3
<b>Tabel 3.1</b> Operasional Variabel .....	30
<b>Tabel 4.1.</b> Demografi Responden Berdasarkan Usia .....	39
<b>Tabel 4.2.</b> Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
<b>Tabel 4.3.</b> Hasil Uji Validitas Item-item Perilaku Konsumen (Y) .....	42
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Uji Validitas Item-item <i>Pereceived Behavior Control</i> ( $X_1$ ) .	43
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Motivasi ( $X_2$ ).....	44
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ).....	45
<b>Tabel 4.7.</b> Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	46
<b>Tabel 4.8.</b> Koefisien korelasi (r) X1 dengan Y.....	47
<b>Tabel 4.9.</b> Koefisien korelasi (r) X2 dengan Y.....	47
<b>Tabel 4.10.</b> Koefisien korelasi (r) X3 dengan Y.....	48
<b>Tabel 4.11.</b> $R^2$ Simultan .....	48
<b>Tabel 4.12.</b> Hasil Uji T (Parsial).....	49
<b>Tabel 4.13.</b> Hasil Uji F (Simultan) .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	25
<b>Gambar 4.1</b> Histogram Demografi Responden Berdasarkan Usia .....	40
<b>Gambar 4.2</b> Histogram Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	67
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi jawaban Responden .....	73
<b>Lampiran 3.</b> Output SPSS .....	85
<b>Lampiran 4.</b> Surat Keterangan Riset.....	89
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup.....	92