

ABSTRAK

Dyah Paramitha K., 110610050, Analisis Atribut yang Dipertimbangkan dalam Pengambilan Keputusan Membeli Kosmetik Dekoratif, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2010.

xvi + 68 halaman, 20 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah label halal termasuk dalam atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan membeli kosmetik dekoratif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut yang dipertimbangkan dalam memilih kosmetik. Kosmetik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pelembab, alas bedak, bedak, lipstik, pensil alis, perona mata dan perona pipi.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Airlangga Kampus B dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dan alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis faktor dan hasil yang didapat adalah terdapat 4 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan membeli kosmetik yaitu faktor *feature*, faktor keunggulan, informasi produk, dan label halal. Dengan melihat hasil yang didapat, maka dapat dikatakan bahwa label halal termasuk dalam atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli kosmetik dekoratif.

Kata kunci : pengambilan keputusan membeli, atribut kosmetik

Daftar Pustaka, 34 (1989-2010)

ABSTRACT

Dyah Paramitha K., 110610050, The Analysis of Attribute Which is Considering in Taking Decision To Buy Decorative Cosmetics, Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology Airlangga University, 2010.

xvi + 68 pages, 20 appendix

This study aimed to determine the halal label is one of many attributes which is considered by consumers in taking decision to buy decorative cosmetics. The research method used in this research is quantitative research methods. The variables used in this study are attributes that are considering in selecting cosmetics. Cosmetics used in this study consisted of moisturizing, foundation, powder, lipstick, eyebrow pencil, eye shadow and blush.

This research was conducted on students in campus B of Airlangga University with total sample of 100 respondents. The sampling technique is accidental sampling and data collection tool used is questionnaire. Analysis of the data used in this research is factor analysis and the results obtained were attributes which are 4 factors that considered by consumers in making decisions to buy cosmetics that feature factor, the factor of superiority, product information, and halal label. By looking at the results obtained, it can be said that the halal label included in the attributes that consumers consider in buying decorative cosmetics.

Keywords : *decision to buy, cosmetics attribute*

Reference, 34 (1989-2010)