

ABSTRAK

Retno Purnama Hartanti. 5203144022. “Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian Kosmetik Brand Skintific Pada Ikatan Keluarga Mahasiswa Labuhan Batu”. Skripsi Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Program Studi Pendidikan Tata Rias. Fakultas Teknik Universitas Negeri Medan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Harga dari brand Kosmetik Brand Skintific.(2) keputusan pembelian kosmetik Brand Skintific (3) Untuk mengetahui hubungan harga dengan keputusan pembelian kosmetik brand skintific pada Ikatan Keluarga Mahasiswa (IKM) Labuhan Batu.

Populasi dalam penelitian ini adalah sampel penelitian ini berjumlah 32 responden yang berasal dari anggota Ikatan Keluarga Mahasiswa (IKM) Labuhan Batu yang berjenis kelamin perempuan dengan kriteria usia masa remaja dari usia 19 hingga 25 tahun. Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024. Pengambilan sampel digunakan teknik total sampling, sehingga yang menjadi sampel penelitian adalah anggota IKM Labuhan batu berjumlah 32 orang. Metode pengumpulan data Variabel Harga dan keputusan pembelian dengan menggunakan angket. Analisis data menggunakan teknik deskriptif korelasional, persyaratan analisis dengan uji normalitas, uji linieritas. Sedangkan uji hipotesis dengan korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan bahwa tingkat kecenderungan Variabel Harga cenderung cukup tinggi yaitu 63% dan keputusan pembelian cenderung cukup tinggi yaitu sebesar 47%. Bentuk persamaan garis $Y = 21,72 + 0,72 X$ merupakan regresi linier, dimana $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $(-2,32 < 2,37)$. dengan taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$ dan koefisien arah regresi Y atas X adalah berarti karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ $(6,93 > 4,17)$. Dari hasil analisis korelasi diperoleh rxy sebesar 0,434 sedangkan nilai rtabel pada taraf signifikan 5% dengan $N = 32$ adalah sebesar 0,349. Dengan demikian harga rhitung $>$ rtabel $(0,434 > 0,349)$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan variabel harga dengan keputusan pembelian kosmetik scintific. Koefisien determinasi variabel X terhadap variabel Y yaitu 18,83%.

Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Kosmetik

ABSTRACT

Retno Purnama Hartanti. 5203144022. “The Relationship between Price and the Decision to Purchase Skintific Brand Cosmetics in Ikatan Keluarga Mahasiswa Labuhan Batu (IKM)”. Thesis. Faculty of Techniques. Universitas Negeri Medan, 2024

This research aims to find out: (1) The price of the Skintific Brand cosmetics brand. (2) the decision to purchase Skintific Brand cosmetics (3) To find out the relationship between price and the decision to purchase Skintific brand cosmetics at the Labuhan Batu Student Family Association (IKM).

The population in this study was a sample of 32 respondents from members of the Labuhan Batu Student Family Association (IKM) who were female with the age criteria of adolescence ranging from 19 to 25 years old. When the research was carried out in May 2024. The total sampling technique was used for sampling so that the research samples were 32 members of the Labuhan Batu IKM—data collection method for Price Variables and purchasing decisions using a questionnaire. Data analysis uses correlational descriptive techniques, analysis requirements with normality tests, and linearity tests. Meanwhile, hypothesis testing uses product-moment correlation.

Based on the research results, it is shown that the trend level for the Price Variable tends to be good, namely 63% and purchasing decisions tend to be good, 47%. The form of the line equation $Y = 21,72 + 0,72 X$ with a confidence level of $\alpha = 0.05$ and the regression direction coefficient of Y on X is significant because $F_{count} > F_{table}$ ($6,93 > 4.17$). From the results of the correlation analysis, it was obtained that r_{xy} was 0.434, while the r_{table} value at the 5% significance level with $N = 32$ was 0.349. Thus the price $r_{count} > r_{table}$ ($0.434 > 0.349$). So it can be concluded that there is a relationship between the price variable and the decision to purchase scientific cosmetics. The coefficient of determination of variable X on variable Y is 18,83%.

Keywords: Price, Purchase Decision, Cosmetics