

**FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA
MAHASISWA UIN ANTASARI
BANJARMASIN**

SKRIPSI

Oleh:

**NURUL KHOTIMAH
NIM.1501450987**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
BANJARMASIN
2019**

**FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA
MAHASISWA UIN ANTASARI
BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Menyelesaikan Program Sarjana
Psikologi Islam**

Oleh:

**NURUL KHOTIMAH
NIM.1501450987**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
JURUSAN PSIKOLOGI ISLAM
BANJARMASIN
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khotimah
NIM : 1501450987
Tempat dan Tanggal Lahir : Tanjung Jawa, 10 Desember 1997
Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora
Prodi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul: “Faktor Psikologis Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Banjarmasin, Oktober 2019
Yang membuat pernyataan,

Nurul Khotimah
NIM.1501450987

PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA
UIN ANTASARI BANJARMASIN**

Dipersembahkan dan disusun oleh:

**Nurul Khotimah
NIM. 1501450987**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dapat diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Musfichin, M.A
NUP. 201701061

Shanty Komalasari, M. Psi. Psikolog
NIP.198302152015032002

Mengetahui,

Ketua Prodi Psikologi Islam

Yulia Hairina, M. Psi. Psikolog
NIP. 198403182011012009

Banjarmasin, Oktober 2019

PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA
UIN ANTASARI BANJARMASIN**

Dipersembahkan dan disusun oleh:

Nurul Khotimah

NIM.1501450987

Telah Diajukan pada Tim Penguji

Pada: 29 Oktober 2019

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Mulyani, M.Ag (Ketua)	1
2. Yulia Hairina, M.Psi. Psikolog (Anggota)	2
3. Musfichin, M.A (Anggota)	3
4. Shanty Komalasari, M.Psi. Psikolog (Anggota)	4
5. Mahdia Fadhila, M. Psi. Psikolog (Notulis)	5

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. Irfan Noor M.Hum
NIP. 19710414 200312 1 005

ABSTRAK

Nurul Khotimah. 1501450987 “*Faktor Psikologis Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin*”, 2019, Pembimbing: (1)Musfichin, M.A (2)Shanty Komalasari, M. Psi. Psikolog

Kata Kunci: faktor psikologis, keputusan pembelian, produk kosmetik Wardah

Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat, maraknya kosmetik dari dalam negeri hingga luar negeri yang menarik perhatian para konsumen. Hal ini membuat para konsumen harus mempertimbangkan dalam pembelian kosmetik.. Oleh karena itu, fokus penelitian ini ingin mengetahui mengenai faktor psikologis yang mempengaruhi konsumen pada pengambilan keputusan dalam membeli dan memilih produk kosmetik Wardah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor psikologis konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek pada penelitian ini sebanyak 3 orang yang terpilih dari 180 mahasiswa yang mengisi *screening test* karena memiliki karakteristik yang dipilih meliputi pengguna kosmetik yang memakai produk minimal 7 seri, memakai produk kosmetik Wardah kurang lebih dari 3 tahun.

Hasil penelitian ini menunjukkan, dari faktor yang dianalisa yaitu faktor psikologis terdiri dari dorongan motivasi konsumen, persepsi konsumen, sikap dan keyakinan konsumen, daya ingat, pembelajaran dan kepribadian konsumen, pada penelitian ini ditemukan bahwa aspek yang utama atau dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah yaitu aspek persepsi konsumen yakni subjek dapat menyeleksi, mengatur dan berpendapat bahwa informasi diperiklanan sesuai dengan hasil setelah memakai, kemudian subjek juga tertarik setelah melihat kemasan, bagian produk, bentuk, harga, tempat dan penjualan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seluruh sekalian alam. Shalawat serta salam kepada baginda besar yaitu penghulu kita Nabi Muhammad SAW, dan juga kepada seluruh keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul, "FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN", sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi Islam (S.Psi)

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujibburahman, M.A. selaku rektor UIN Antasari Banjarmasin.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin
Bapak Irfan Noor M. Hum yang berkenan menyetujui dan menerima skripsi ini untuk diajukan pada sidang Munaqasyah.

3. Ustadz Ahmad M.Fil.I selaku penasihat akademik yang telah berkenan dan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan serta mengoreksi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Musfichin, M.A selaku pembimbing I yang baru yang telah memberikan waktu untuk membimbing dan mengarahkan serta mengoreksi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Shanty Komalasari M.Psi. Psikolog selaku pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan, serta mengoreksi dalam penyusunan skripsi. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Mulyani, M.Ag yang telah memberikan waktunya untuk membantu dalam memberikan arahan jika peneliti kebingungan dalam menyusun skripsi.
7. Kepala perpustakaan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Pegawai dan Staff Perpustakaan yang telah memberikan pelayanan meminjamkan buku dalam penyelesaian skripsi.
8. Kepala perpustakaan pusat UIN Antasari Banjarmasin, Pegawai dan Staff Perpustakaan yang telah memberikan pelayanan meminjamkan buku dalam penyelesaian skripsi.
9. Seluruh Dosen Psikologi Islam yang telah mendukung, membantu peneliti dalam penyusunan dan memberikan ilmu serta nasihat yang memotivasi peneliti. Semoga Allah selalu memberikan kebaikan dan perlindungannya kepada beliau semua.

10. Dan sebagai pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi serta selama peneliti menuntut ilmu dikampus ini. Semoga segala bantuan, bimbingan, dan pengarahan yang telah diberikan kepada peneliti, senantiasa mendapatkan ganjaran yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, meskipun disertai dengan usaha maksimal. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan dan akan diterima dengan senang hati. Akhirnya kepada Allah SWT, peneliti serahkan segalanya dan semoga hasil usaha dan karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca terutama bagi peneliti sendiri.

Banjarmasin, 29 Oktober 2019

Peneliti

Nurul Khotimah

KATA PERSEMBAHAN

Hadiah kecil ini saya dedikasikan untuk bangsa dan tanah airku tercinta, kepada diriku yang telah berjuang merelakan waktu, air mata dan tenaga. Untuk Ayahandaku Tn. Imam Mohari dan Ibundaku Jasmianti yang sering memberikan support, membiayai dan mendoakanku. Dan Seluruh keluarga tercinta tanpa kalian penelitian ini bagai pemain bola tanpa supporter.

Serta dosen pembimbing dan seluruh dosen Jurusan Psikologi Islam, sahabat seperjuangan dan saudaraku sebangsa dan setanah air yang telah ikut serta mendukung dan membantu dalam penyusunan penelitian ini.

Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, kebaikan, keberkahan dunia akhirat dan melindungi setiap langkah kita semua.

Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

No	Arab	Nama	Latin	No	Arab	Nama	Latin
1.	ا	Alif	A	16.	ط	Tha	Th
2.	ب	Ba	B	17.	ظ	Zha	Zh
3.	ت	Ta	T	18.	ع	‘Ain	‘
4.	ث	Tsa	Ts	19.	غ	Ghain	Gh
5.	ج	Jim	J	20.	ف	Fa	F
6.	ح	Ha	<u>H</u>	21.	ق	Qaf	Q
7.	خ	Kha	Kh	22.	ك	Kaf	K
8.	د	Dal	D	23.	ل	Lam	L
9.	ذ	Dzal	Dz	24.	م	Mim	M
10.	ر	Ra	R	25.	ن	Nun	N
11.	ز	Zai	Z	26.	و	Waw	W
12.	س	Sin	S	27.	ه	Ha	H
13.	ش	Syin	Sy	28.	ء	A	ˆ

14. ص Shad Sh

29. ي Ya Y

15. ض Dlad Dh

Mad dan Diftong:

1. Fathah panjang : Â/â 4. أو : Aw

2. Kasrah panjang : Î/î 5. أي : Ay

3. Dhammah panjang : Û/û

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis rangkap. Misalnya; ربنا ditulis *rabbânâ*.

2. Vokal panjang (mad);

Fathah (baris di atas) ditulis â, *kasrah* (baris di bawah) ditulis î, serta *dammah* (baris di depan) ditulis dengan û. Misalnya; القارعة ditulis al-qâri'ah, المساكين ditulis al-masâkîn, المفلحون ditulis al-muflihûn.

3. Kata sandang alif + lam (ال)

Bila diikuti oleh huruf wamariyah ditulis **al**, misalnya; الكافرون ditulis al-kâfirûn. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجال ditulis ar-rijâl.

4. Ta' *marbûthah* (ة)

Bila terletak diakhir kalimat, ditulis h, misalnya; البقرة ditulis *al-baqarah*.
Bila ditengah kalimat ditulis t, misalnya; زكاة المال ditulis *zakât mâl*, atau
سورة النساء ditulis *sûrat al-Nisâ*.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
KATA PERSEMBAHAN	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiii
MOTTO	vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	
B. Rumusan Masalah.....	
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	
D. Penelitian Terdahulu.....	
E. Metode Penelitian.....	
F. Sistematika Penulisan.....	

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Keputusan Pembelian.....	
B. Faktor Psikologis Konsumen Yang Mempengaruhi Pembelian	
C. Gambaran Umum Tentang Produk Kosmetik Wardah	
D. Gambaran Mahasiswa Secara Umum	
E. Faktor Psikologis Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosme	

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	
B. Lokasi Penelitian	
C. Data Dan Sumber Data.....	
D. Teknik Pengumpulan Data.....	
E. Teknik Analisis Data.....	

BAB IV PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA PENELITIAN

BAB V PENUTUP.....

A. Kesimpulan
B. Saran.....

**DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

MOTTO :

“Kecantikan yang abadi terletak pada keelokan adab dan ketinggian Ilmu seseorang. Bukan terletak pada wajah dan pakaiannya.”

■ *Buya Hamka*

MOTTO :

“Kecantikan yang abadi terletak pada keelokan adab dan ketinggian Ilmu seseorang. Bukan terletak pada wajah dan pakaiannya.”

■ *Buya Hamka*