



**PENGARUH LINGKUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DI OUTLET MS
GLOW STORE JOMBANG**

SKRIPSI



OLEH :

PUTRI DEWI RAHMAWATI

NIM : 3121052

PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS BAHASA DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM JOMBANG

2023



**PENGARUH LINGKUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DI OUTLET MS
GLOW STORE JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar

Sarjana Administrasi Bisnis



OLEH :

PUTRI DEWI RAHMAWATI

NIM : 3121052

PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS BAHASA DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ‘ULUM JOMBANG

2023



HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH LINGKUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE *MS GLOW* DI OUTLET *MS GLOW STORE JOMBANG*

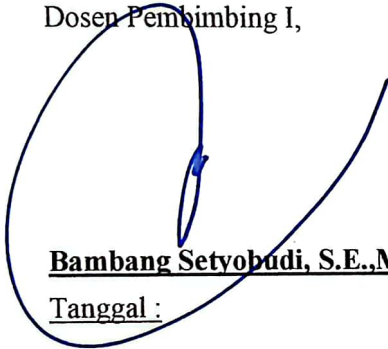
Oleh :

Putri Dewi Rahmawati

NIM : 3121052

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I,



Bambang Setyobudi, S.E., M.M

Tanggal :

Dosen Pembimbing II,



Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis



Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I



HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH LINGKUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE *MS GLOW* DI OUTLET MS GLOW STORE JOMBANG

SKRIPSI

Oleh :

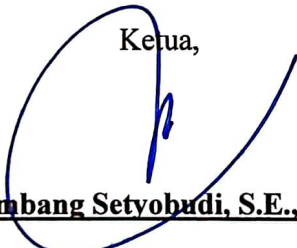
Putri Dewi Rahmawati

Nim : 3121052

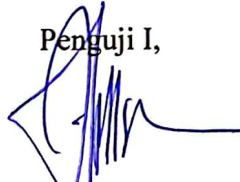
Telah diuji dan dipertahankan dalam siding skripsi pada tanggal bulan Agustus tahun 2023 dan dinyatakan LULUS

Majelis Penguji :

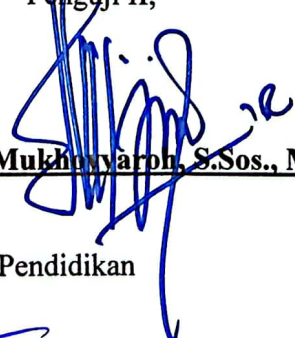
Ketua,


Bambang Setyobudi, S.E., M.M

Penguji I,


Dina Eka Shofiana, S.E., M.A

Penguji II,


Abid Datul Mukharyaroh, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Dekan Fakultas Bisnis Bahasa dan Pendidikan




Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., MSM



PERNYATAAN

Nama : Putri Dewi Rahmawati

NIM : 3121052

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Lingkungan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow Di Outlet Ms Glow Store Jombang adalah karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 29 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



Putri Dewi Rahmawati



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rahmat Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang yang sangat kucintai dan kusayangi Ibuku tercinta. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga telah memberikan dukungan moral dan materi, yang selalu memanjatkan do'a dan cinta kasih untuk putri sulungmu ini yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembaar kertas persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal putrimu untuk bisa membuat ibu bahagia dan bangga karena kusadar selama ini belum bisa berbuat apa yang seperti ibu inginkan dan harapkan. Mungkin tak dapat aku ucapkan, namun hati ini selalu berbicara bahwa aku sangat menyayangi ibu.

Teruntuk suamiku yang sangat aku cintai, terima kasih sudah menjadi *support system* terbaik setelah orang tuaku, terima kasih telah membantu, membimbing dan mengajarku selama ini, yang tiada hentinya mengingatkan aku dan menasehatiku untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan untuk teman-teman dan sahabatku yang paling aku sayang yang tidak mungkin aku sebutkan satu-satu, terima atas *support system*nya selama kuliah dan dalam proses pengerjaan skripsi ini kalian tiada henti-hentinya mendo'akan dan mendukungku untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Untuk para dosen pembimbing saya, Bapak Bambang Setyobudi, S.E.,M.M dan Ibu Ririn Susilawati, S.H.I.,M.E.I terimakasih banyak atas bimbingannya selama ini. Terimakasih telah membantu saya dalam menyelesaikan karya ini, dan juga nasehat-nasehat yang engkau berikan, semoga pahala selalu mengalir atas ilmu yang telah bapak ibu berikan.



MOTTO

“Marketing is no longer about the stuff that you make but about the stories you tell.”

“Pemasaran bukan lagi tentang barang yang kamu buat, tetapi tentang cerita yang kamu ceritakan.”¹

¹ Menurut Seth Godin (2018)



PRAKATA

Segala Puji bagi Allah SWT, atas segala rahmat dan pertolongan-Nya sehingga skripsi yang berjudul **Pengaruh Lingkungan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow Di Outlet Ms Glow Store Jombang** dapat terselesaikan sebagai syarat dalam menyelesaikan studi strata satu (S1) Administrasi Bisnis.

Mengingat dalam membuat skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang membantu dalam memberi dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu peneliti menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. DR H. Ahmas Zahro, MA., selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., MSM selaku Dekan Fakultas Bisnis Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
3. Ibu Ririn Susilawati, S.H.I.,M.E.I selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
4. Ibu Nadlifah Rizki Utami dan Karyawan selaku pemilik Outlet Ms Glow Store Jombang yang telah mengizinkan saya untuk melakukan Penelitian terhadap usahanya.
5. Semua teman-teman RPL angkatan 2021 Prodi Administrasi Bisnis Unipdu Jombang yang telah bersedia membantu dalam menyusun skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih belum sempurna sepenuhnya, maka dari itu peneliti mengharap saran dan kritikan yang membangun dari seluruh pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi peneliti Aamiin.

Jombang, 29 Juli 2023

Penulis



ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Ms Glow Di Outlet Ms Glow Store Jombang; Putri Dewi Rahmawati; 3121052; 2023; 71 halaman; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis dan Bahasa; Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.

Lingkungan kosumen adalah aspek dari luar diri konsumen yang ikut andil dalam penentuan keputusan pembelian. Dalam menentukan suatu keputusan pembelian seorang konsumen dipengaruhi oleh lingkungan atau pihak luar dari diri konsumen yang terdiri dari budaya, kelas sosial, perngaruh pribadi, keluarga dan situasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lingkungan konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare Ms Glow di Outlet Ms Glow Store Jombang. Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini menggunakan kuesioner dan wawancara, responden pada keputusan pembelian adalah konsumen skincare Ms Glow Jombang yang diambil secara random berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu accidental sampling. Hasil dari penelitian ini mendapat persamaan regresi $Y = 8,548 + 0,859 X$, sehingga dapat dijelaskan bahwa : Konstanta sebesar 8,548 mengandung arti bahwa : (1) Nilai konsisten variabel keputusan pembelian adalah 8,548, (2) Koefisien regresi X sebesar 0,859 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai lingkungan konsumen, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,859. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif, hasil uji t dengan nilai nilai signifikansi dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya adanya pengaruh antara variabel lingkungan konsumen (X) dan variabel keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Lingkungan Konsumen, Faktor Budaya, Faktor Kelas Sosial, Faktor Perngaruh Pribadi, Faktor Keluarga, Faktor Situasi Dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The influence of the consumer environment on purchasing decisions on Skincare MS Glow products at the Jombang MS Glow Store outlet; Putri Dewi Rahmawati; 3121052; 2023; 71 pages; Business Administration Study Program; Faculty of Business and Language; Pesantren Tinggi Darul 'Ulum Jombang.

The home environment is an aspect of outside consumers who contribute to the determination of purchasing decisions. In determining a consumer's purchase decision is influenced by the environment or outsiders of the consumer consisting of culture, social class, personal affecting, family and situation.

This study aims to determine the consumer environment to influence the decision to purchase Skincare MS Glow products at the Jombang MS Glow Store outlet. In this study, the research approach used was a quantitative approach. This data collection technique uses questionnaires and interviews, respondents in purchasing decisions are Skincare MS Glow Jombang consumers who are taken randomly totaling 100 people. Sampling techniques using non -probability sampling techniques namely accidental sampling. The results of this study received a regression equation $y = 8.548 + 0.859 x$, so it can be explained that: Constants of 8,548 implies that: (1) the consistent value of the purchasing decision variable is 8.548, (2) Regression X coefficient of 0.859 states that each addition 1 % Consumer Environment Value, then the purchasing decision value increased by 0.859. The regression coefficient is positive. So it can be said that the direction of the influence of variable X on variable Y is positive, the results of the T test with the significance value of the Coefficients table obtained a significance value of <0.001 which is smaller than 0.05, so that it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. The meaning of the influence between the consumer environment variable (X) and the Purchase Decision Variable (Y).

Keywords: consumer environment, cultural factors, social class factors, Personal half -life factors, family factors, situation factors And purchasing decisions.



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PRAKATA.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sitematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10



2.1. Studi Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	13
2.2.2. Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.2.3. Lingkungan Konsumen.....	19
2.2.3.1. Pengertian Lingkungan Konsumen	19
2.2.3.2. Macam-macam Lingkungan Konsumen.....	19
2.2.3.3. Pengaruh Lingkungan Terhadap Konsumen	22
2.2.4. Keputusan Pembelian	25
2.2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.2.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.2.4.3. Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	27
2.2.4.4. Jenis – Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	29
2.2.4.5. Tingkat Pengambilan Keputusan.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Metode Penelitian	33
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3.1. Populasi	34
3.3.2. Sampel	34
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4. Variabel dan Indikator Penelitian	37
3.5. Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	38
3.5.1. Kerangka Konsep	38



3.5.2 Hipotesis	38
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.1. Kuisisioner (Angket)	39
3.6.2. Observasi.....	40
3.6.3. Wawancara.....	40
3.7. Skala Pengukuran	41
3.8. Teknik Analisis Data	42
3.8.1. Uji Validitas.....	42
3.8.2. Uji Reabilitas	43
3.9. Analisis Data	44
3.9.1. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.9.1.1. Uji Normalitas	45
3.9.1.2. Uji Heteroskedastisitas	46
3.9.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	47
3.9.3. Uji Hipotesis	48
3.9.3.1. Uji T	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.1. Sejarah Singkat Ms Glow	49
4.1.2. Gambaran Lokasi Penelitian Outlet Ms Glow Store Jombang	50
4.2. Hasil Penelitian	51
4.2.1. Data Umum Responden.....	51
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52



4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	53
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	54
4.2.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	55
4.2.2.1. Uji Validitas	55
4.2.2.2. Uji Reabilitas.....	58
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3.1. Uji Normalitas.....	60
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.2.4. Uji Regresi Linier Sederhana	62
4.2.4. Uji Hipotesis	65
4.2.5.1. Uji T	65
BAB V PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Instagram MsGlowStoreJombang.....	4
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen dari Asseal.....	18
Gambar 2.2 Tahapan Keputusan Pembelian	28
Gambar 3.5.1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4.1 Logo Ms Glow.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kolmogrove-Smirnov	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	61
Gambar 4.4 Variabel Entered.....	62
Gambar 4.5 Model Summary	63
Gambar 4.6 Coefficients	63
Gambar 4.7 Coefficients	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjual Ms Glow di Kota Jombang.....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Usia Responden.....	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Lingkungan Konsumen (X)	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN	72
HASIL KUESIONER	75
HASIL Uji VALIDITAS DAN Uji REABILITAS	81
HASIL Uji ASUMSI KLASIK	84
HASIL Uji HIPOTESIS	86
DOKUMENTASI	87