

**ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES  
PEMILIHAN PRODUK LIPSTIK**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun oleh:**

**BONA PARLINDUNGAN TURNIP**

**NPM : 98 03 11048**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Februari, 2006**

SKRIPSI

ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES  
PEMILIHAN PRODUK LIPSTIK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

BONA PARLINDUNGAN TURNIP

NPM : 98 03 11048

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 Maret 2006  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

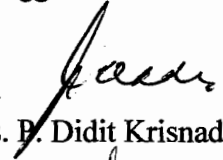
Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji



Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA

Anggota Panitia Penguji



Drs. P. Didit Krisnadewara, MM



Drs. Ign. Sukirno, MS

Yogyakarta, 11 Maret 2006

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA

**SKRIPSI**  
**ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES**  
**PEMILIHAN PRODUK LIPSTIK**

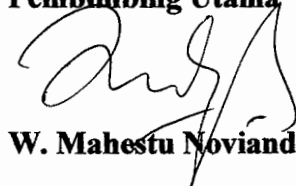
**Disusun oleh:**

**BONA PARLINDUNGAN TURNIP**

**NPM : 98 03 11048**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

**Pembimbing Utama**



**W. Mahestu Noviandra K., SE., MScib**

Tanggal 10-02-06

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES PEMILIHAN  
PRODUK LIPSTIK

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Februari 2006

Yang Menyatakan



Bona Parlindungan Turnip

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih karuniaNya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul "ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES PEMILIHAN PRODUK LIPSTIK" ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu W. Mahestu Noviantra K., SE., MScib., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkangkan waktu guna memberikan ide-ide, bimbingan, nasehat, serta dorongan yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap staf pengajar, staf Tata Usaha dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bantuan kepada penulis menuntut ilmu di Jurusan Manajemen.
3. Bapak dan Mama yang dengan penuh cinta dan kesabarn memberikan dorongan, semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Adik-adikku tersayang Belman dan Dedi yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Adikku tersayang Merida Siahaan, yang telah banyak membantu dan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Frater Ferry yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
7. Keluarga di Pemalang yang telah memberikan semangat kepada penulis.
8. Bang Januar di Pati yang telah memberikan semangat kepada penulis.
9. Kost Merak no 9 yang telah membantu penulis menyebarkan kuesioner.
10. Anak-anak kost Brojowikalpo 28 B yang memberikan semangat kepada penulis.
11. Mbak Rini yang telah membantu penulis menyebarkan kuesioner dan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
12. Teman-teman FE UAAJY '98: Amoy, Penan.
13. Icaro yang telah meminjamkan buku buat penulis.
14. Polin dan anaknya Nandut yang telah menemani penulis begadang.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, Februari 2006

Bona Parlindungan Turnip

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
I. Latar Belakang.....	1
II. Perumusan Masalah.....	3
III. Hipotesis.....	4
IV. Batasan Masalah.....	4
V. Tujuan Penelitian.....	4
VI. Manfaat Penelitian.....	5
VII. Metode Pengumpulan Data.....	6
VIII. Metode Analisa Data.....	6
IX. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
II.1 Perilaku Konsumen.....	9
II.2 Teori-Teori Perilaku Konsumen.....	10
II.3 Tingkat Pengetahuan Produk.....	12

II.4 Keterlibatan Konsumen.....	13
II.5 Jenis-Jenis Keterlibata Konsumen.....	15
II.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan.....	17
II.7 Pengetahua Produk Konsumen.....	19
II.7.1 Produk Sebagai Seperangkat Ciri.....	20
II.7.2 Produk Sebagai Perangkat Manfaat.....	21
II.7.3 Produk Sebagai Pemuas Nila.....	23
II.8 Strategi Segmentasi Pasar.....	24
II.9 Peran Konsumen Dalam Membeli.....	27
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1 Populasi dan Penarikan Sampel.....	29
III.2 Metode Pengumpulan Data.....	30
III.3 Teknik Pengujian Instrumen.....	31
a. Pengujian Validitas.....	31
b. Pengujian Reliabilitas.....	32
III.4 Metode Analisis.....	33
1. Analisis Faktor.....	33
2. Analisa One Way Anova .....	33
<b>BAB IV ANALISA DATA</b>	
IV.1 Analisa Profil Responden.....	36
IV.2 Analisa Validitas dan Reliabilitas.....	37
1. Analisa Validitas.....	37



2. Analisa Reliabilitas.....	39
IV.3 Metode Analisis.....	40
1. Analisis Faktor.....	40
1.1 Komunalitas.....	40
2. Analisis ANOVA.....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
V.1 Kesimpulan.....	49
V.2 Saran .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Profil Responden Penelitian.....	36
Tabel 2 Data Merek Lipstik yang Sering Dipakai Responden.....	37
Tabel 3 Kesimpulan Hasil Validitas.....	38
Tabel 4 Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	39
Tabel 5 Komunalitas.....	41
Tabel 6 Variansi Total.....	41
Tabel 7 Matriks Komponen.....	42
Tabel 8 Matriks Komponen Rotasi.....	43
Tabel 9 Perbedaan Faktor-Faktor Keterlibatn Konsumen pada Pembelian Lipstik Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 10 Perbedaan Faktor-Faktor Keterlibatn Konsumen pada Pembelian Lipstik Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 11 Perbedaan Faktor-Faktor Keterlibatn Konsumen pada Pembelian Lipstik Berdasarkan Pendapatan.....	47

# ANALISIS KETERLIBATAN KONSUMEN DALAM PROSES PEMILIHAN PRODUK LIPSTIK

Disusun oleh:  
Bona Parlindungan Turnip  
NPM: 98 03 11048

Pembimbing utama

W. Mahestu Noviandra K., SE., MScib

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1) apakah ada perbedaan faktor keterlibatan konsumen yang dipertimbangkan dalam proses pemilihan merek tertentu dari produk lipstik ditinjau dari usia, (2) apakah ada perbedaan faktor keterlibatan konsumen yang dipertimbangkan dalam proses pemilihan merek tertentu dari produk lipstik ditinjau dari pekerjaan, (3) apakah ada perbedaan faktor keterlibatan konsumen yang dipertimbangkan dalam proses pemilihan merek tertentu dari produk lipstik ditinjau dari pendapatan. Metode penelitian yang digunakan (1) telaah / kajian literatur, (2) metode sampling.

Ada tiga temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. (1) Usia yang terdiri dari lima faktor yaitu faktor kesenangan, simbol, nilai, fungsi, pilihan. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dilihat dari hasil perhitungan analisis ANOVA sebesar  $0.265 > 0.05$ . (2) Pekerjaan, yang terdiri dari lima faktor yaitu faktor kesenangan, simbol, nilai, fungsi, pilihan. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dilihat dari hasil perhitungan Analisis ANOVA sebesar  $0.594 > 0.05$ . (3) Pendapatan, yang terdiri dari lima faktor yaitu faktor kesenangan, simbol, nilai, fungsi, pilihan. Terdapat perbedaan yang signifikan, dilihat dari hasil perhitungan Analisis Anova yaitu sebesar  $0.001 < 0.05$ .

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pemasar sebaiknya memberikan komunikasi dan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan tipe konsumen baik melalui media elektronik maupun cetak, melakukan pengelompokan terhadap warna-warna lipstik disesuaikan dengan karakter remaja, dewasa, dan orang tua. Pemasar juga hendaknya memasarkan produk lipstiknya dapat disesuaikan dengan faktor usia, pekerjaan, dan pendapatan.

**Kata kunci :** keterlibatan konsumen, proses pemilihan produk lipstik