

ABSTRAK

Gena Suci Nabilla. 2019 : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi KeputusanMahasiswi Jurusan Matematika FMIPAUNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Probit

Produk kosmetik merupakan salah satu kebutuhan sekunder untuk mendukung penampilan wanita agar terlihat lebih cantik dan percaya diri. Produk-produk kecantikan saat ini telah banyak dijumpai di pasaran. mulai dari produk kecantikan yang dikhususkan bagi jenis kulit tertentu, hingga produk kecantikan (kosmetik) yang memiliki lisensi halal bagi kaum muslimah. Seiring dengan majunya teknologi selera pasar konsumen semakin maju pula. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik wardah dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu usia, gaya hidup kepribadian, keyakinan dan sikap, kelompok acuan, keluarga, budaya, sub budaya, kelas sosial. Salah satu analisis statistika yang dapat digunakan untuk melihat hubungan antara variabel terikat (y) dengan variabel bebas (x).

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswi aktif periode januari-juni 2019 Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang yang menggunakan kosmetik wardah dengan jumlah sampel 97 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdiri dari 9 pernyataan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh model regresi terbaik yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP dalam pembelian produk koametik wardah menggunakan analisis probit adalah :

$$\Phi^{-1}(P_i) = -0,73 + 1,07 X_7 + 0,77 X_8$$

Dari model tersebut, dapat diketahui bahwa variabel bebas budaya (X_7), dan sub budaya (X_8) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik Wardah. peluang tertinggi keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik wardah adalah dengan memperhatikan budaya keluarga mempengaruhi dalam pembelian produk kosmetik wardah, dan mahasiswi membeli produk kosmetik wardah langsung di outlet wardah memiliki peluang sebesar 86,65%.

Kata kunci : Analisis regresi probit, Produk Kosmetik Wardah, Keputusan Pembelian