

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Beli Konsumen Pada Produk Tata Rias Wajah di Jurusan Tata Rias dan Kecantikan.

Oleh: Putri Komala Sari

Penelitian ini dilatar belakangi oleh strategi pemasaran perusahaan (*La Tulipe Cosmetique*), yaitu melakukan promosi melalui iklan media sponsor bersama MUA ternama yang mempengaruhi perilaku beli mahasiswa pada produk tata rias wajah. Dapat dilihat dari perilaku mahasiswa yang membeli produk karena dorongan psikologis, dimana mahasiswa membeli bukan karena suatu kebutuhan tetapi karena produk tersebut digunakan oleh MUA favorit mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh promosi terhadap perilaku beli konsumen pada produk tata rias wajah di Jurusan Tata Rias dan Kecantikan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bersifat korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Tata Rias dan Kecantikan tahun masuk 2017, 2018 dan 2019 yang berjumlah 331 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan *proposional random sampling* dengan sampel berstrata berjumlah 77 orang. Instrumen penelitian menggunakan angket berskala *Likert* berjumlah 42 butir soal yang telah dianalisis validitas dan reliabilitasnya. Analisis data deskriptif menggunakan rumus persentase, pengujian hipotesis menggunakan *pearson correlation product moment* dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan (*La Tulipe Cosmetiques*) memiliki rata-rata skor 73,17% dengan kategori sedang. Sedangkan perilaku beli mahasiswa sebagai konsumen pada produk tata rias wajah (*La Tulipe*) memiliki rata-rata skor 69,18% dengan kategori sedang. Pengaruh promosi terhadap perilaku beli konsumen pada produk tata rias wajah di Jurusan Tata Rias dan Kecantikan memiliki skor korelasi *pearson correlation product moment* (r) sebesar 0,602, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel. Hipotesis H_a yang menyatakan terdapat pengaruh promosi terhadap perilaku beli konsumen pada produk tata rias wajah (*La Tulipe*) di Jurusan Tata Rias dan Kecantikan dengan taraf signifikansi 95% karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8.617 > 2.000$).

Kata Kunci: Promosi, Perilaku Konsumen, Produk Tata Rias Wajah.