

ABSTRAK

Meirisa Ervia : Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Jurusan Matematika FMIPA UNP Menggunakan Regresi Logistik

Produk kosmetik merupakan salah satu kebutuhan sekunder untuk mendukung penampilan perempuan agar terlihat lebih cantik dan percaya diri. Mahasiswi sebagai konsumen memilih produk yang lengkap, berkualitas baik, harga yang terjangkau, serta produk yang nyaman dan aman dipakai sehari-hari. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk kosmetik, maka peneliti melakukan sebuah penelitian dengan mengambil sampel mahasiswi Matematika FMIPA UNP yang masih aktif kuliah pada tahun 2014/2015. Untuk melihat hubungan antara variabel tersebut, maka akan di tentukan melalui alat bantu statistika.

Salah satu alat bantu statistika yang dapat digunakan adalah analisis regresi logistik. Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan dengan menggunakan data primer sebagai sampelnya. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk kosmetik sedangkan variabel bebasnya adalah faktor pribadi, psikologis, sosial dan budaya.

$$\pi(x) = \frac{e^{-4.485+0.862x1+0.630x13}}{1+e^{-4.485+0.862x1+0.680x13}}$$

Nilai *odds ratio* pada variabel usia adalah jika jumlah variabel usia bertambah 1 maka kecenderungan pembelian produk kosmetik 2.367 lebih besar. Ketika variabel sub-budaya bertambah satu pembelian, maka cenderung 1.878 kali lebih besar untuk pembelian produk kosmetik.