

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWI  
JURUSAN MATEMATIKA FMIPA UNP DALAM PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN ANALISIS PROBIT”**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar ahli madya*



**GENA SUCI NABILLA  
15037014**

**PROGRAM STUDI STATISTIKA  
JURUSAN MATEMATIKA  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUANALAM  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2019**

**PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWI  
JURUSAN MATEMATIKA FMIPA UNP DALAM PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN  
ANALISIS PROBIT**

Nama : Gena Suci Nabilla  
NIM/Tahun Masuk : 15037014/2015  
Program Studi : D3 Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, Mei 2019

Disetujui oleh :  
Pembimbing



Drs. Atus Amadi Putra, M.Si

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN AKHIR**

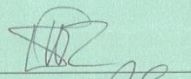

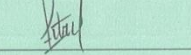
Nama : Gena Suci Nabilla  
NIM/Tahun Masuk : 15037014/2015  
Program Studi : D3 Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWI  
JURUSAN MATEMATIKA FMIPA UNP DALAM PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN  
ANALISIS PROBIT**

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu  
Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.**

Padang, Mei 2019

Tim Penguji

Nama		
1. Ketua	: Drs. Atus Amadi Putra, M.Si	1. 
2. Anggota	: Dra. Nonong Amalita, M.Si	2. 
3. Anggota	: Fitri Mudia Sari M.Si	3. 

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gena Suci Nabilla  
NIM/TM : 15037014/2015  
Progran Studi : Statistika  
Jurusan : Matematika  
Fakultas : MIPA UNP

Dengan ini menyatakan, bahwa Tugas Akhir saya dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Matematika FMIPA UNP Dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Probit”** adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam tradisi keilmuan. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh,

✍ Ketua Jurusan Matematika,

Muhammad Subhan, S.Si, M.Si  
NIP.19630605 198703 2 002



Gena Suci Nabilla  
NIM. 15037014/2015

## 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 roduk 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

## **Kata Pengantar**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat dan limpahan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Matematika FMIPA UNP Dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Regresi Probit.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat sumbangan pemikiran, bimbingan, serta saran dan petunjuk dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Atus Amadi Putra M.Si sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir
2. Ibu Dra. Nonong Amalita, M.Si sebagai Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Statistika Jurusan Matematika FMIPA UNP
3. Ibu Fitri Mudia Sari, M.Si sebagai Dosen Penguji
4. Bapak Muhammad Subhan, S.Si, M.Si., sebagai Ketua Jurusan Matematika FMIPA UNP.
5. Bapak dan Ibu dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Jurusan Matematika FMIPA UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan

6. Rekan-rekan dan segenap Civitas Akademik FMIPA UNP yang telah memberikan bantuan moril dan ikatan persahabatan yang terjalin selama ini.

Semoga semua bimbingan, bantuan dan kerjasamanya dapat dibalas oleh Allah SWT sebagai amal ibadah.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, namun penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini sudah disusun sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya. Amin.

Padang, 19 Mei 2019

Penulis

Gena Suci Nabilla  
15037014

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Produk .....	7
B. Kosmetik .....	8
C. Wardah .....	9
D. Keputusan Pembelian .....	10
E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
F. Analisis Regresi Probit .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Jenis dan Sumber Data .....	22
C. Populasi dan Sampel .....	22
D. Teknik Pengumpulan Data .....	24
E. Variabel Penelitian dan Struktur Data .....	25
F. Instrumen Penelitian .....	29
G. Metode Analisis Data .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Data .....	33
B. Analisis Data .....	42
C. Pembahasan .....	56

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 58

B. Saran..... 59

**DAFTAR PUSTAKA .....60**

## DAFTAR TABEL

1. Kategori indikator variabel usia .....	26
2. Kategori indikator variabel gaya hidup .....	26
3. Kategori indikator variabel kepribadian .....	26
4. Kategori indikator variabel keyakinan dan sikap.....	27
5. Kategori indikator variabel kelompok acuan .....	27
6. Kategori indikator variabel keluarga .....	27
7. Kategori indikator variabel budaya .....	28
8. Kategori indikator variabel sub budaya .....	28
9. Kategori indikator variabel kelas sosial .....	28
10. Format data .....	29
11. Indikator Variabel .....	30
12. Keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah .....	33
13. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan usia.....	34
14. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan gaya hidup .....	35
15. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan Kepribadian .....	36
16. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan keyakinan dan sikap .....	37
17. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan kelompok acuan .....	38
18. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan keluarga .....	39
19. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk..... kosmetik Wardah berdasarkan budaya .....	39

20. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan sub budaya .....	40
21. Deskripsi data keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah berdasarkan kelas sosial .....	41
22. Hasil dugaan parameter regresi probit dengan melibatkan semua variabel bebas .....	42
23. Uji Signifikansi Model Regresi Probit .....	43
24. Uji Signifikansi Parameter Regresi Probit .....	44
25. Hasil Reduksi I Model Regresi Probit .....	45
26. Hasil Reduksi II Model Regresi Probit .....	46
27. Hasil Reduksi III Model Regresi Probit .....	47
28. Hasil Reduksi IV Model Regresi Probit .....	48
29. Hasil Reduksi V Model Regresi Probit .....	49
30. Hasil Reduksi VI Model Regresi Probit .....	50
31. Hasil Reduksi VII Model Regresi Probit .....	51
32. Uji Signifikansi Model Regresi Probit .....	51
33. Nilai Deviance Hasil Reduksi Model Regresi Probit .....	52
34. Hasil regresi probit setelah reduksi .....	53
35. Peluang keputusan pembelian berdasarkan model regresi probit .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian .....	62
2. Validator Kuisisioner .....	66
3. Kategori Keputusan Mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Wardah	67
4. Hasil Output Regresi Probit dari Minitap .....	70
5. Hasil Reduksi I Model regresi Probit .....	71
6. Hasil Reduksi II Model regresi Probit .....	72
7. Hasil Reduksi III Model regresi Probit .....	73
8. Hasil Reduksi IV Model regresi Probit .....	74
9. Hasil Reduksi V Model regresi Probit .....	75
10. Hasil Reduksi VI Model regresi Probit .....	76
11. Hasil Reduksi VII Model regresi Probit .....	77
12. Tabel Distribusi Normal untuk Nilai $Z \leq 0$ (Negatif) .....	78
13. Tabel Distribusi Normal untuk Nilai $Z \leq 0$ (Positif) .....	79
14. Tabel Nilai Kritis Distribusi Chi-Square .....	80
15. Peluang Keputusan Pembelian Berdasarkan Mode Regresi Probit .....	81

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kecantikan merupakan modal dasar bagi wanita modern yang senantiasa ingin menunjukkan eksistensi dirinya dalam sosialitas. Kecantikan juga dapat di artikan sebagai keindahan yang ideal. Banyak cara yang dapat dilakukan wanita dalam upayanya untuk mencapai kecantikan yang diidam-idamkan. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini berlaku juga dalam hal pemilihan kosmetik bagi wanita yang selalu ingin menghias atau mempercantik diri yang diperoleh dengan proses yang cepat.

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. Konsumen semakin hari semakin kritis, mereka menuntut kualitas, layanan, kecepatan, fleksibilitas dan harga bersaing. Sehingga pengusaha atau produsen dewasa ini cenderung lebih memperhatikan kepentingan konsumen dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan guna menciptakan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan sasaran dari semua kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan sukses. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan membandingkan harapan konsumen terhadap produk atau jasa pendukungnya. Untuk itu produsen selalu berusaha menghasilkan produk kosmetik yang berkualitas, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu model pemasaran yang tepat, dimana pemasaran merupakan salah satu titik permulaan dari proses pertumbuhan suatu perusahaan. Guna mencapai suatu kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk maka seorang pengusaha atau produsen harus dapat memberikan kualitas terhadap suatu merknya. Di mana merk sangat mempengaruhi fungsi-fungsi produksi dan keuangan sebuah perusahaan serta kegiatan-kegiatan pemasaran lainnya.

Merek yang kuat memberikan sejumlah keunggulan, seperti posisi pasar yang lebih superior dibandingkan pesaing, kapabilitas unik yang sulit ditiru, loyalitas pelanggan dan pembelian ulang yang lebih besar, dan lain-lain. Keunggulan seperti inilah yang mendorong setiap perusahaan untuk berjuang keras dalam rangka mengelola merknya sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh posisi terbaik dalam benak konsumen. Pada saat sekarang ini karena maraknya kosmetik yang beredar dipasaran menggunakan bahan-bahan yang berbahaya dengan merk yang terkenal membuat konsumen harus berhati-hati dalam memilih dan membeli produk kosmetik.

Menurut LPPOM MUI, produk yang paling banyak digunakan dan beredar dipasaran indonesia saat ini seperti *kolagen*, *ekstrak plasenta*,

*cairanamnion*, serta *sodium heparin* yang berasal dari bahan haram yang bertentangan dengan Syariat Islam dan 95% produk kosmetik di Indonesia tidak mempunyai Sertifikat halal menurut Syariat Islam. Sedikitnya produk kosmetik yang mendapat pengakuan halal dari LPPOM MUI, maka PT. Paragon Technology and Innovation (PTI) mengembangkan produk kosmetik halal di Indonesia. Pada tahun 1995, PTI mengeluarkan kosmetik Wardah yang merupakan pelopor kosmetik halal di Indonesia.

Wardah merupakan salah satu produk kosmetik, yang saat ini menjadi perbincangan banyak orang, khususnya bagi mahasiswi di jurusan matematika UNP. Pemilihan produk kecantikan wardah di kalangan mahasiswi Jurusan Matematika FMIPA UNP sebagai target pemasarannya karena kecenderungan mahasiswi yang rata-rata senantiasa ingin tampil cantik dalam penampilan sehari-harinya.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswi Jurusan Matematika FMIPA UNP ada beberapa orang yang menggunakan produk kosmetik wardah, mereka membeli produk kosmetik wardah karena produk berkualitas. Tulisan halal dan sertifikat MUI menjadi kriteria utama dalam alasan mahasiswi Jurusan FMIPA UNP membeli dan menggunakan produk wardah. Pengaruh dari orang-orang terdekat juga sangat mempengaruhi mahasiswi dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian, maka variabel X yang akan diteliti adalah pertama, faktor pribadi yang terdiri dari usia, gaya hidup, kepribadian, keyakinan dan sikap, kedua, faktor sosial yang terdiri dari keluarga, kelompok

acuan, ketiga, faktor budaya yang terdiri dari budaya, sub budaya, kelas sosial. Model yang dapat membantu penerapan hubungan kausal (sebab-akibat) antara dua atau lebih peubah adalah model regresi.

Model regresi linier yang digunakan merupakan analisis data yang menggambarkan hubungan antara variabel terikat dengan satu atau beberapa variabel bebas. Pada umumnya analisis regresi digunakan untuk menganalisis data dengan variabel respon data kuantitatif. Tetapi dalam kehidupan sehari-hari sering ditemui kasus dengan variabel responnya berupa variabel kualitatif (kategorik) dengan mengambil dua atau lebih nilai yang mungkin. Untuk itu peneliti menyelesaikan kasus ini menggunakan model Regresi Probit.

Model Regresi Probit merupakan pengembangan dari model logit. Model Regresi Probit adalah model regresi non linear yang menggambarkan hubungan peubah tak bebas (Y) yang datanya berskala kualitatif yaitu data biner dengan dua kemungkinan yaitu sukses atau gagal. Peubah bebas (X) dapat berupa data kuantitatif dengan skala nominal atau ordinal atau kombinasi keduanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian mengenai **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA UNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Probit”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Bagaimana bentuk model regresi probit pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi jurusan matematika dalam pembelian produk kosmetik wardah?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP memilih produk wardah menggunakan analisi probit?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui model regresi probit yang menggambarkan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik wardah
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP memilih produk wardah menggunakan analisi probit

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman bagi penulis dalam menggunakan Analisis Probit

2. Dapat membedakan produk kosmetik berlabel Halal dengan Produk kosmetik lainnya
3. Sebagai informasi dalam bentuk tulisan yang menjelaskan tentang kosmetik wardah dikalangan mahasiswi
4. Sebagai wawasan bagi penulis maupun calon penulis dan peneliti lainnya tentang perkembangan kosmetik wardah
5. Sebagai bahan refrensi bagi peneliti lain yang akan melanjutkan penelitian ini

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Model regresi probit yang menggambarkan faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik wardah adalah :

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

Berdasarkan model yang diperoleh dapat diartikan 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.

2. Faktor yang mempengaruhi secara signifikan pada keputusan mahasiswi FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik wardah adalah variabel budaya dan sub budaya.
3. Berdasarkan model regresi probit yang terbaik, keputusan mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP untuk melakukan pembelian Produk kosmetik Wardah lebih dari 1 produk memiliki peluang sebesar 69,1% jika keluarga mempengaruhi mahasiswi jurusan matematika FMIPA UNP dalam membeli produk kosmetik wardah, dan mahasiswi membeli produk kosmetik Wardah langsung di outlet Wardah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dan dapat dikembangkan terutama dalam penggunaan analisis regresi probit sehingga dapat menambah ilmu serta wawasan tentang analisis tersebut bagi peneliti selanjutnya. Kemudian penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan dasar kebijakan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asri, M. (1991). *Marketing* . Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Kotler. (edisi 11). *Riset pemasaran*.
- Asri,Marwan.1991. *Marketing*.Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- BPOM. 2008.*Informatorium Obat Nasional Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia*. Jakarta.
- Djajadisastra.2005.*Teknologi Kosmetik*.Tangerang : Departemen Farmasi FMIPA Universitas Indonesia.
- Djaslim Saladin. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Linda Karya.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Ferrinadewi, Erna. *Manajemendan Kewirausahaan.Jurnal*. Vol.7.No.2 tahun 2005.
- Gujarati, Damodar.1995. *EkonometrikaDasar. Alih BahasaSumarnoZain*.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro*. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Swastha, Basudan Irawan. 1997.*Manajemen Pemasaran Modern.Cetakan Kelima*.Yogyakarta:Liberty.