

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWI JURUSAN STATISTIKA FMIPA UNP DALAM
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
MENGUNAKAN ANALISIS REGRESI
LOGISTIK BINER**

(Studi kasus pada Mahasiswi Program Studi DIII/S1 Statistika FMIPA UNP)

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya



OLEH :

SHERLY EFENDI

NIM. 17037064

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III STATISTIKA
JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWI JURUSAN STATISTIKA FMIPA UNP DALAM
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
MENGUNAKAN ANALISIS REGRESI
LOGISTIK BINER**

Nama : Sherly Efendi
NIM/Tahun Masuk : 17037064/2017
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, 25 Agustus 2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Akademik


Dr. Dony Permana, M.Si
NIP. 19750127 200604 1 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN AKHIR

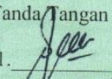
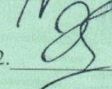
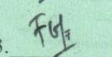
Nama : Sherly Efendi
NIM/TM : 17037064/2017
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWI JURUSAN STATISTIKA FMIPA UNP DALAM
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
MENGUNAKAN ANALISIS REGRESI
LOGISTIK BINER**

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

Padang, 25 Agustus 2021

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Dr. Dony Permana, M.Si	1. 
2. Anggota : Dra. Nonong Amalita, M.Si	2. 
3. Anggota : Fadhilah Fitri, S.Si, M.Stat	3. 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sherly Efendi
NIM/TM : 17037064/2017
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : MIPA UNP

Dengan ini menyatakan bahwa, Tugas akhir saya dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”** 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.

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

Diketahui oleh,
Ketua Jurusan Statistika,



Dr. Dony Permana, M.Si.
NIP. 19750127 200604 1 001

Saya yang menyatakan,



Sherly Efendi
NIM. 17037064

ABSTRAK

Sherly Efendi :Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Mahasiswi Program Studi DIII/S1 Statistika FMIPA UNP)

Saat ini kosmetik merupakan salah satu kebutuhan sekunder untuk mendukung penampilan wanita agar lebih cantik dan percaya diri. Seiring dengan majunya industri kosmetik di Indonesia, maka selera pasar konsumen semakin maju pula. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik Emina dengan menggunakan analisis regresi logistik biner.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Jurusan Statistika D3/S1 FMIPA UNP tahun masuk 2018-2020 yang sudah pernah melakukan pembelian produk kosmetik Emina minimal 1 kali. Sampel berjumlah 97 responden yang didapat menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Variabel terikat adalah keputusan pembelian sedangkan variabel bebas adalah kualitas produk, produk, harga, gaya hidup, kepribadian, promosi dan kelas sosial. Pengukuran variabel dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap responden dengan skala Likert.

Hasil penelitian menunjukkan ada tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Emina yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_3) dan kelas sosial (X_7) dengan model:

$$\pi(x) = \frac{\exp(-10,534 + 3,003X_1 + 2,062X_3 - 1,842X_7)}{1 + \exp(-10,534 + 3,003X_1 + 2,062X_3 - 1,842X_7)}$$

Nilai odds ratio (faktor risiko) untuk variabel kualitas produk, harga dan kelas sosial adalah 32,757, 5,811 dan 0,171.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Produk Kosmetik Emina, Analisis Regresi Logistik Biner

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”**. Selanjutnya shalawat beserta salam untuk nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program D3 Statistika Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi saran, serta ide-idenya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan, yaitu:

1. Bapak Dr. Dony Permana, S.Si, M.Si , Pembimbing Tugas Akhir sekaligus Ketua Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bimbingan, nasehat, dan saran dalam penulisan tugas akhir ini .
2. Ibu Dra. Nonong Amalita, M.Si., Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, saran, nasehat dalam penulisan tugas akhir ini sekaligus sebagai Sekretaris Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Fadhilah Fitri, S.Si, M.Stat., Dosen Penguji yang telah memberi bimbingan, nasehat, dan saran dalam penulisan tugas akhir ini.

4. Bapak Dodi Vionanda, M.Si, Ph.D., Koordinator Program Studi DIII Statistika FMIPA UNP.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Statistika FMIPA UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti selama duduk di bangku perkuliahan.
6. Staf Administrasi dan Pustaka Jurusan Statistika FMIPA UNP
7. Papa dan Mama yang telah memberi do'a dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan motivasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga semua bimbingan, bantuan dan kerjasamanya dapat dibals oleh Allah SWT sebagai amal ibadah. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, namun peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir berikutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca umumnya. Amin.

Padang, 25 Agustus 2021

Sherly Efendi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Landasan teori	8
1. Produk	8
2. Kosmetik	9
3. Emina.....	10
B. Keputusan Pembelian.....	11
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
D. Analisis regresi Logistik Biner.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Jenis dan sumber data.....	29
C. Populasi dan Sampel	29
D. Variabel Penelitian dan Struktur Data.....	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Data	38
B. Analisis Data	46
C. Pembahasan.....	53

BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Struktur Data	31
2. Kisi-kisi Instrumen.....	32
3. Skor Skala Likert.....	35
4. Hasil Dugaan Parameter Regresi Logistik Biner	46
5. Uji Signifikansi Model.....	47
6. Pengujian Signifikansi Parameter Regresi Logistik Biner.....	48
7. Uji Signifikansi Variabel yang direduksi Satu-satu	50
8. Hasil Analisis Regresi Logistik Reduksi.....	51
9. Uji Kebaikan Model Reduksi.....	52
10. Nilai Odds Ratio Model Regresi Logistik.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Keputusan Mahasiswi dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina	38
2. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Kualitas Produk	39
3. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Produk	40
4. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Harga	41
5. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Gaya Hidup	42
6. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Kepribadian	43
7. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Promosi	44
8. Deskripsi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Kelas Sosial	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner peneitian.....	59
2. Validator Kuesioner	63
3. Tabulasi Data	66
4. Nilai Presentase Skor (NP).....	71
5. Data Hasil Penskoran	75
6. Uji Reabilitas Instrumen	78
7. Hasil Output Analisis Regresi Logistik Biner.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, wanita dituntut untuk dapat berpenampilan menarik. Banyak wanita yang menggunakan berbagai macam produk kosmetik untuk dapat menunjang penampilannya agar terlihat lebih menarik. Kosmetik tidak hanya sebagai alat untuk menunjang penampilan, tetapi juga sebagai alat untuk menutupi kekurangan pada wajah dan menonjolkan kelebihan pada wajah.

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 memperhatikan kepentingan konsumen dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan guna menciptakan kepuasan konsumen (Kompas, 2020).

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. Dalam mencapai suatu kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk maka seorang pengusaha atau produsen harus dapat memberikan kualitas terhadap suatu mereknya. Merek sangat mempengaruhi fungsi-fungsi produksi dan keuangan sebuah perusahaan serta kegiatan-kegiatan pemasaran lainnya.

Menurut LPPOM MUI (2018), produk yang paling banyak digunakan dan beredar di pasaran Indonesia saat ini seperti kolagen , ekstrak plasenta, *cairanamnion*, serta *sodium heparin* yang berasal dari bahan haram yang bertentangan dengan Syariat Islam, sekitar 95% produk kosmetik di Indonesia tidak mempunyai sertifikat halal menurut Syariat Islam. Produk kosmetik yang mendapat pengakuan halal dari LPPOM MUI masih sedikit, maka PT. Paragon Technology and Innovation (PTI) mengembangkan produk kosmetik halal di Indonesia.

Saat ini produk kosmetik lokal sudah semakin berkembang di Indonesia, sehingga, persaingan antar produk kosmetik lokal semakin meningkat. Hal tersebut menyebabkan perusahaan kosmetik lokal berlomba-lomba untuk mengeluarkan produk dengan kualitas yang baik, salah satunya adalah produk kosmetik Emina. Emina adalah produk kosmetik lokal yang dikeluarkan pada tahun 2015 oleh PT. Paragon Technology and Innovation. Emina memiliki target pasar remaja dan wanita muda. Emina memiliki citra merek sebagai produk yang

memiliki harga terjangkau, formula yang ringan, serta memiliki kualitas yang bagus. Citra merek merupakan suatu pencitraan sebuah produk di pemikiran konsumen secara umum (Supriyadi, Fristin, & Indra, 2016).

Menurut Tjiptono (2005:49), citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*brand image*) adalah hasil pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau diingatan konsumen. Membangun citra merek pada sebuah perusahaan sangat penting untuk memberikan kesan positif bagi konsumen terhadap produknya. Kesan yang positif akan berpengaruh positif pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelinya.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan pada tanggal 26 Juli 2021 oleh peneliti terhadap 50 Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik Emina dan terdapat 36 mahasiswi yang menggunakan produk kosmetik Emina. Mereka membeli produk kosmetik Emina karena produk memiliki kualitas yang baik, aman dan nyaman saat digunakan dengan harga yang cukup terjangkau. Tulisan halal dan sertifikat MUI menjadi kriteria utama dalam alasan mahasiswi Jurusan FMIPA UNP membeli dan menggunakan produk Emina. Pengaruh dari orang-orang terdekat juga sangat mempengaruhi mahasiswi dalam mengambil keputusan pembelian.

Keputusan merupakan suatu hal yang sangat berpengaruh dalam proses menghadapi alternatif yang dipilih, begitu juga dengan keputusan pembelian produk kosmetik. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan

sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah, karena semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:76), terdapat variabel bauran pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu faktor produk, faktor harga, dan faktor promosi. Faktor produk adalah kombinasi barang dan jasa perusahaan yang ditawarkan seperti komposisi dan kualitas produk. Faktor harga adalah suatu nilai produk yang menjadi pertimbangan khusus dalam pembelian seperti kesesuaian harga dan manfaat dengan kualitas yang ditawarkan. Sedangkan faktor promosi adalah berkenaan dengan aktivitas yang mengkomunikasikan kebaikan atau manfaat sebuah produk dan mengajak target untuk membelinya.

Penelitian terdahulu mengkaji tentang pengaruh motivasi, kepercayaan dan sikap terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina pada remaja di Pekanbaru dilakukan oleh Jeby Replia Rahayu (2020), dengan hasil variabel motivasi, kepercayaan dan sikap berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina pada Remaja di Pekanbaru artinya semakin baik citra produk maka keputusan pembelian pada produk kosmetik Emina semakin baik.

Berdasarkan uraian, maka variabel X yang akan diteliti adalah faktor kualitas produk, faktor produk, faktor harga, faktor gaya hidup, faktor kepribadian, faktor promosi dan faktor kelas sosial. Salah satu alat yang dapat membantu penerapan

hubungan kausal (sebab-akibat) antara dua atau lebih peubah adalah analisis regresi. Analisis regresi merupakan salah satu alat dalam statistika yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi logistik merupakan salah satu model regresi yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan variabel terikat (Y) yang bersifat kategorik dengan beberapa variabel bebas (X) yang bersifat kontinu, kategori atau kombinasi keduanya (Agresti, 2002:165).

Analisis regresi logistik dibagi menjadi tiga, yaitu analisis regresi logistik biner, analisis regresi logistik multinomial dan analisis regresi logistik ordinal. Analisis regresi logistik biner adalah apabila variabel terikat Y memiliki dua kategori seperti puas atau tidak puas. Analisis regresi logistik multinomial adalah apabila variabel terikat Y memiliki lebih dari dua kategori seperti sangat puas, puas, tidak puas, atau sangat tidak puas. Sedangkan analisis regresi logistik ordinal adalah variabel terikat Y yang memiliki lebih dari dua kategori dan skala pengukuran yang bersifat tingkatan.

Pada penelitian ini analisis yang digunakan yaitu analisis regresi logistik biner. Analisis regresi logistik biner digunakan untuk menganalisis hubungan beberapa faktor dengan sebuah variabel yang bersifat dikotomi (biner), dimana variabel terikat (Y) adalah status penggunaan produk dengan dua kemungkinan hasil yaitu melakukan pembelian ulang dan tidak melakukan pembelian ulang, sedangkan variabel bebas (X) yaitu, Kualitas produk (X_1), Produk (X_2), Harga (X_3), Gaya hidup (X_4), Kepribadian (X_5), Promosi (X_6), Kelas sosial (X_7). Karena pada penelitian ini variabel terikat Y hanya memiliki dua kemungkinan maka

analisis regresi logistik yang cocok digunakan adalah analisis regresi logistik biner.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian mengenai **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk model regresi logistik biner dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswi Jurusan Statistika dalam pembelian produk kosmetik Emina?
2. Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP memilih produk Emina menggunakan analisis logistik biner?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model regresi logistik biner yang menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP dalam pembelian produk kosmetik Emina.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswi Jurusan Statistika FMIPA UNP memilih produk Emina menggunakan analisis logistik biner.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan, wawasan dan pemahaman bagi penulis dalam menggunakan analisis regresi logistik biner.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai produk kosmetik Emina.
3. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat menambah literatur dan referensi keputusan terkait tentang pembelian produk kosmetik Emina terhadap keputusan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk model yang dapat memperlihatkan pengaruh keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Emina adalah sebagai berikut:

$$\pi(x) = 1 + \exp - 10,534 + 3,003X_1 + 2,062X_3 - 1,842X_7$$

dimana: X_1 = Kualitas produk

X_3 = Harga

X_7 = Kelas Sosial

2. Variabel-variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Emina adalah kualitas produk, harga dan kelas sosial.
3. Peluang keputusan mahasiswi dalam pembelian produk kosmetik Emina dilihat dari nilai odds ratio untuk variabel kualitas produk, harga dan kelas sosial adalah 32.757, 5.811 dan 0.171.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan diharapkan agar selalu memperhatikan pemasarannya terhadap produk yang di promosikan karena perilaku konsumen yang setiap saat akan berubah – berubah yang dipengaruhi oleh faktor kepribadian. Dan selalu berusaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen seperti

memberikan informasi produk serta jaminan keamanan produk sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk kosmetik Emina.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel – variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina serta mampu menerapkan analisis regresi logistik biner pada permasalahan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, Alan. (2002). *Categorical Data Analysis*. New York: Jhon Wiley and Sons.
- Ali, Rokhman. (2010). *Regresi Logistik*. Purwokerto: Universitas Jendral Sudirman.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- BPOM. (2008). *Informatorium Obat Nasional Indonesia, Badan Pengawas dan Makanan Republik Indonesia*. Jakarta.
- Djajadisastra. (2005). *Teknologi Kosmetik*. Tangerang: Departemen Farmasi FMIPA Universitas Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2002). *Applied Logistic Regression*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- [https://statistikceria.blogspot.com/2013/01/konsep-regresi-logistik-biner dikotomi.html](https://statistikceria.blogspot.com/2013/01/konsep-regresi-logistik-biner-dikotomi.html). Diambil tanggal 16 maret 2021.
- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/22> . (t.thn.). Diambil pada tanggal 10 Maret 2021.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*. England: Pearson Education.