

**PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK
KOSMETIK WARDAH ANTARA PENGGUNA BERUSIA REMAJA
DENGAN DEWASA**



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai
Derajat Sarjana S-1 Dalam
Bidang Psikologi

OLEH :
ASTRILIANA MONIKA
1707010060

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021

HALAMAN JUDUL

**PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK
KOSMETIK WARDAH ANTARA PENGGUNA BERUSIA REMAJA
DENGAN DEWASA**



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan Dalam Mencapai
Derajat Sarjana S-1 Dalam
Bidang Psikologi

**OLEH :
ASTRILIANA MONIKA
1707010060**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK
KOSMETIK WARDAH ANTARA PENGGUNA BERUSIA REMAJA
DENGAN DEWASA


Yang diajukan oleh :

ASTRILIANA MONIKA

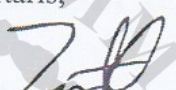
1707010060

Telah dipertemukan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 2 Agustus 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat


Ketua,


Zaldhi Yusuf Akbar, S.Psi., M.Psi
NIK/NIP. 2160894


Sekretaris,


Zaldhi Yusuf Akbar, S.Psi., M.Psi
NIK/NIP. 2160894


Penguji I,


Dra. Tri Na'imah, S.Psi., M.Si
NIK/NIP. 2160085

Penguji II,

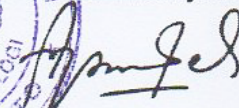

Imam Faisal Hamzah, S.Psi., M.A
NIK/NIP. 2160740

Penguji III,


Retno Dwivanti, S.Psi., M.Si
NIK/NIP. 2160282



Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto


Dr. Nur'aeni, S.Psi., M.Si.
NIK/NIP. 2160205

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astriliana Monika

Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 11 September 1999

NIM : 1707010060

Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

Menyatakan bahwa dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya berjudul

**PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK
KOSMETIK WARDAH ANTARA PENGGUNA BERUSIA REMAJA
DENGAN DEWASA**

adalah asli, bukan hasil menjiplak karya penelitian lain.

Demikian penelitian ini dibuat, dan apabila dikemudian hari terdapat unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto,



Astriliana Monika

1707010060

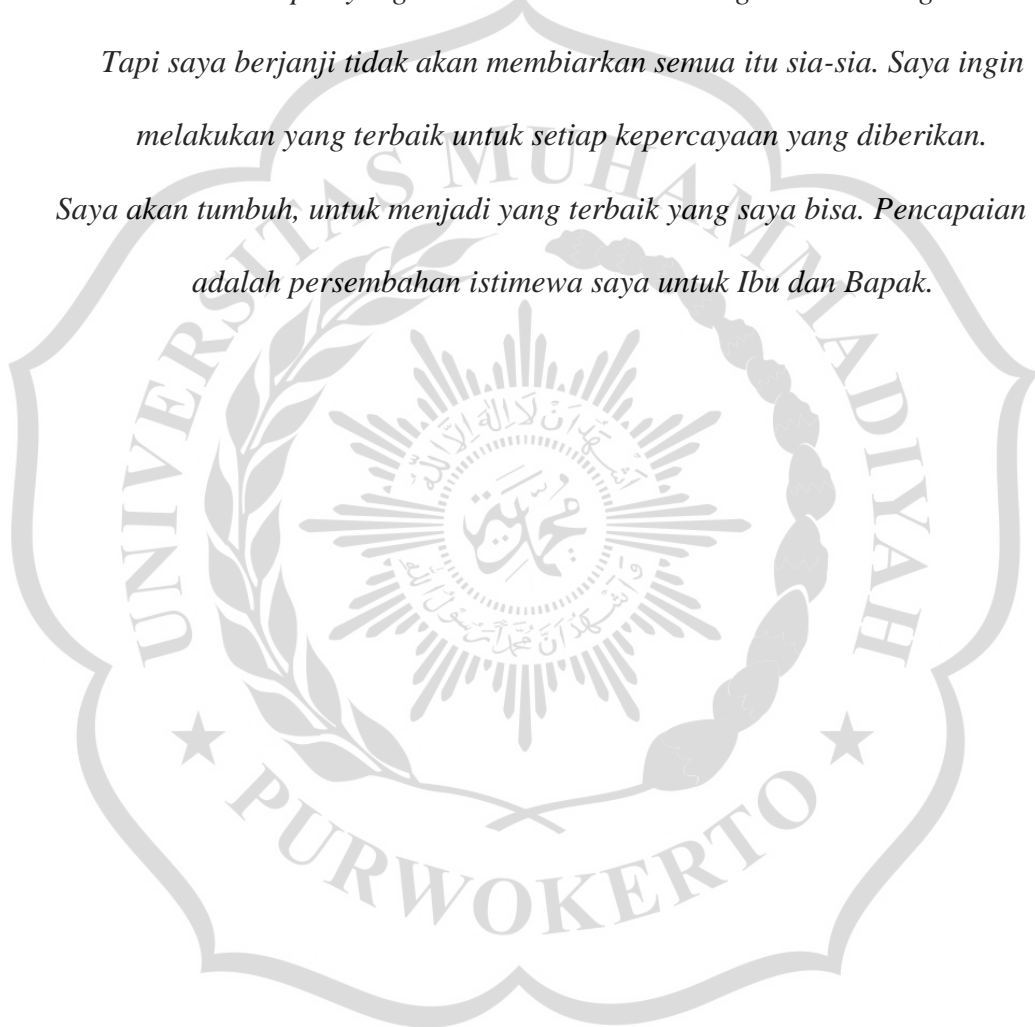
HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala usaha yang dilalui dan penuh dengan rasa syukur Alhamdulillah atas segala keridhoan Allah SWT.

Ibu dan Bapak yang telah memberikan semangat dan dukungan.

Tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan.

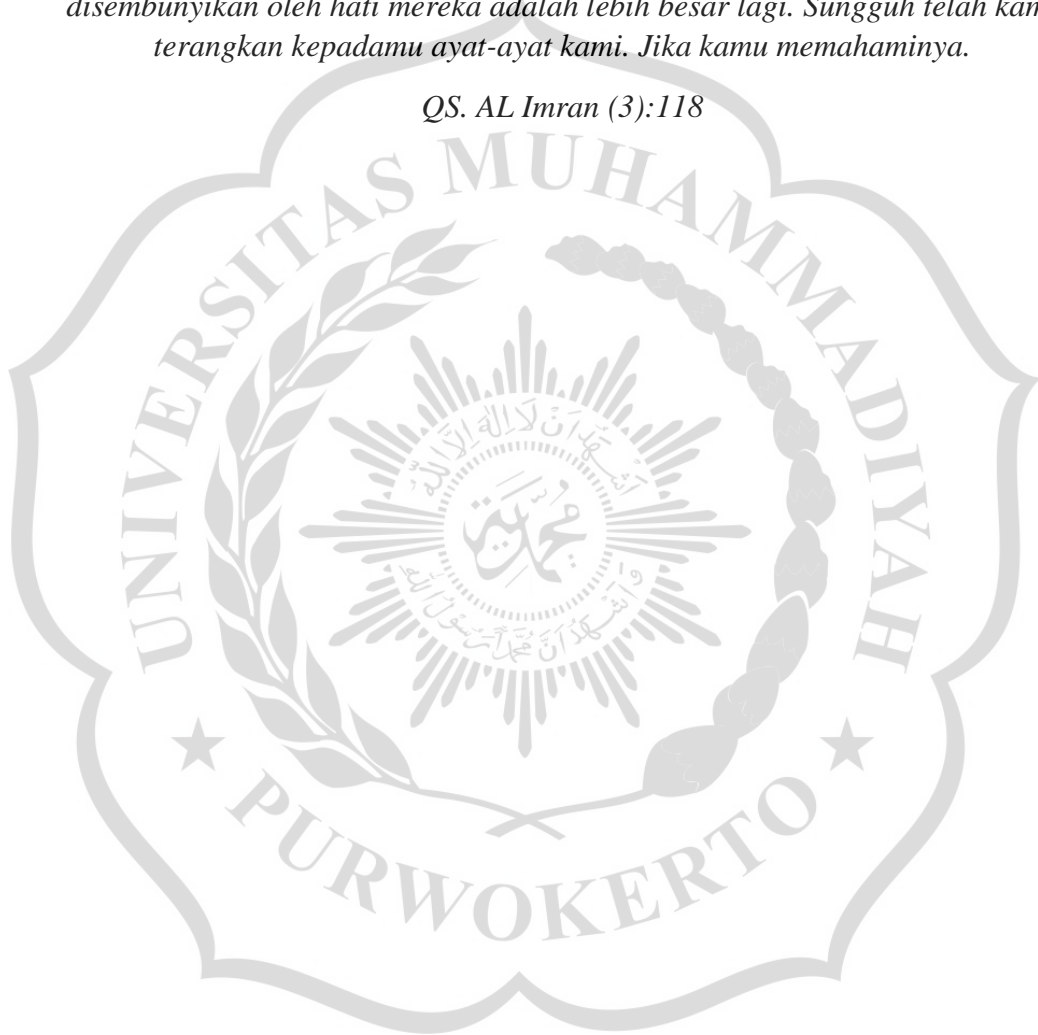
Saya akan tumbuh, untuk menjadi yang terbaik yang saya bisa. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk Ibu dan Bapak.



MOTO

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang diluar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. Mereka menyukai apa yang menyusahkanmu. Telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah kami terangkan kepadamu ayat-ayat kami. Jika kamu memahaminya.

QS. AL Imran (3):118



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada *Allah Subhanahu wa Ta'ala*, hanya dengan pertolongan-Nya saya dapat menyelesaikan tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “*Perbedaan Kepercayaan Konsumen Pada Merek Kosmetik Wardah Antara Pengguna Berusia Remaja Dengan Dewasa*” sebagai syarat mencapai derajat S-1 Bidang Psikologi di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurah kepada *Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam* yang telah menuntun kaum muslim melalui petunjuk Allah yaitu Al-Quran beserta dengan keluarga dan sahabatnya yang setia menemani dakwah Rasulullah hingga akhir hayatnya.

Sebagaimana upaya penulis dalam menyelesaikan karya ini, penulis menyadari tiada upaya dan kekuatan kecuali hanya dengan pertolongan Allah, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik bahkan di kondisi sulit seperti sekarang ini karena pandemic Covid-19. Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Nur'aeni, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Imam Faisal Hamzah, S.Psi., MA. Selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Retno Dwiyaniti, S.Psi.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan dengan tulus hati membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.

4. Imam Faisal Hamzah, S.Psi., M.A. selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah membantu dan mengarahkan kegiatan akademik, membimbing dan bersama selama masa perkuliahan.
5. Gisella Arnis Grafiyana, S.Psi., M.A. selaku Kaprodi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
6. Zaldi Yusuf Akbar, S.Psi., M.Si selaku sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
7. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dan bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Terimakasih untuk seluruh subjek yang telah bersedia menjadi subjek dalam proses penelitian.
9. Staff TU dan karyawan Fakultas Psikologi yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
10. Sahabat penulis Syifa, Rosma dan Nadia Safina yang telah mewarnai kehidupan perkuliahan, membantu dan mendengar keluh kesah penulis.
11. Terimakasih kepada teman-teman satu kelas yang telah memberikan bantuan dan kerjasama selama perkuliahan.
12. Terimakasih untuk teman satu bimbingan yang telah membantu dalam dalam menyusun skripsi.
13. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dengan penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga amal baik yang diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aaamiinn....

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

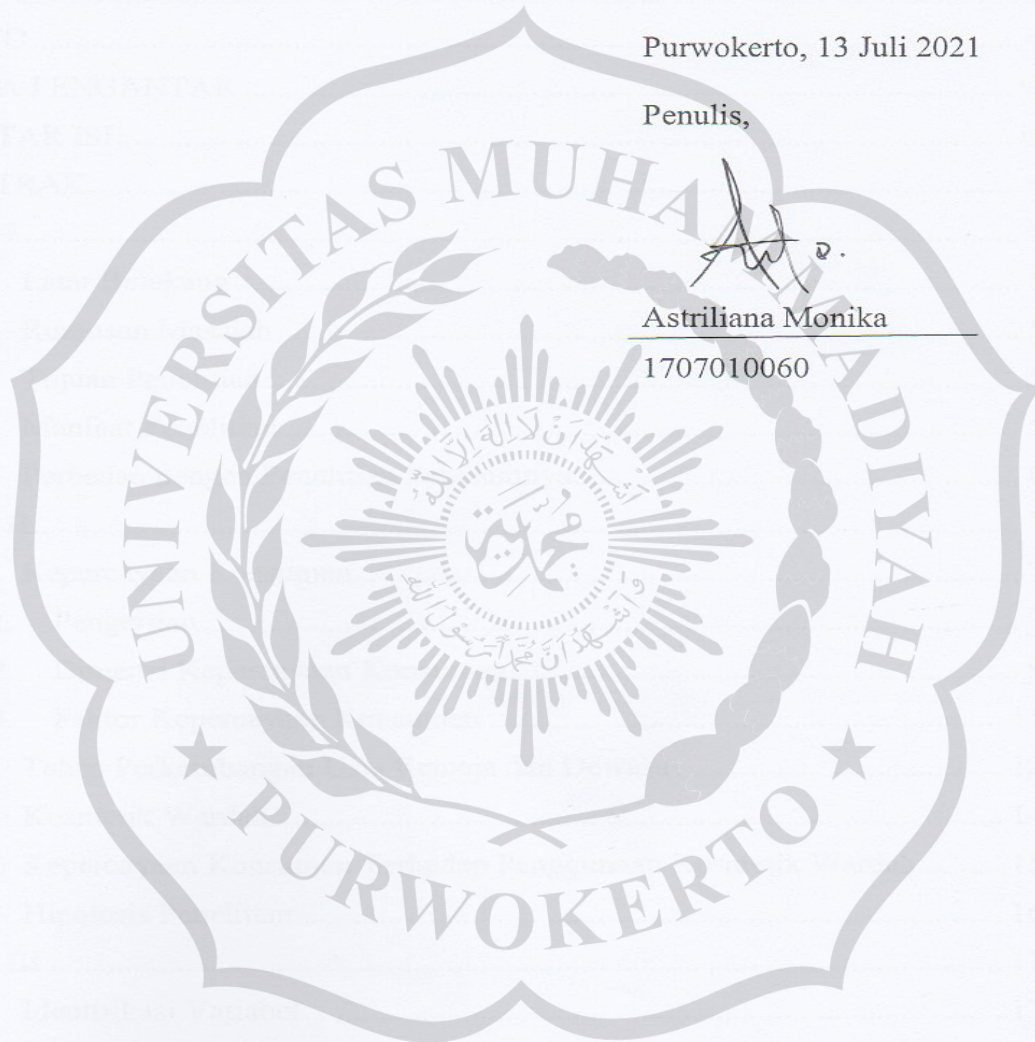
Purwokerto, 13 Juli 2021

Penulis,



Astriliana Monika

1707010060



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK.....	v
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya.....	6
BAB II.....	8
A. Kepercayaan Konsumen.....	8
1. Pengertian.....	8
2. Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	10
3. Faktor Kepercayaan Konsumen.....	12
B. Tahap Perkembangan Usia Remaja dan Dewasa.....	13
C. Kosmetik Wardah.....	15
D. Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan Kosmetik Wardah.....	16
E. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III.....	19
A. Identifikasi Variabel.....	19
B. Definisi Operasional.....	19
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	19
D. Metode Pengumpulan Data.....	22
F. Validitas dan Rehabilitasi.....	24

G. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV	27
A. Hasil Penelitian	27
1. Persiapan Penelitian.....	27
2. Pelaksanaan Penelitian	28
B. Pembahasan.....	34
BAB V.....	38
A. Kesimpulan	38
B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	44



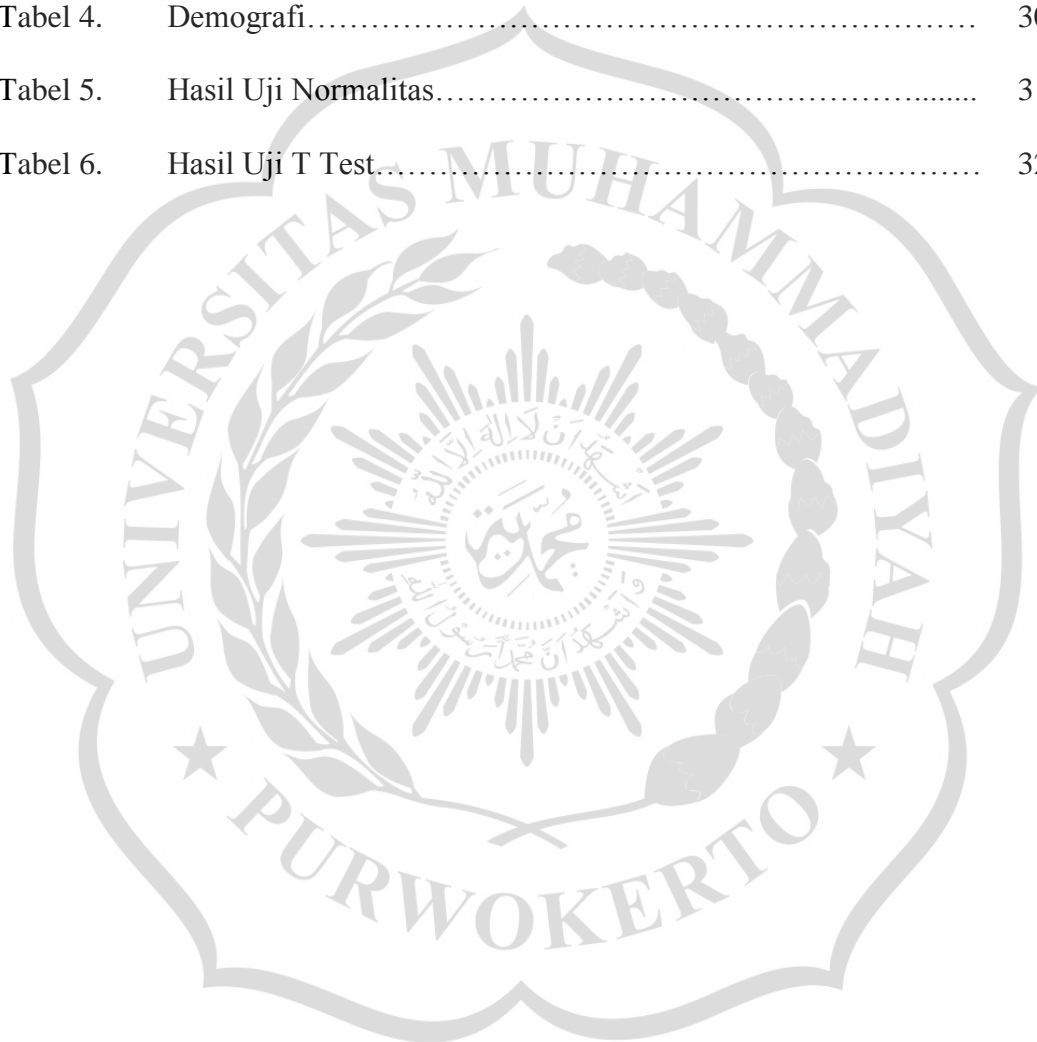
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Berpikir.....	16
-----------	------------------------	----



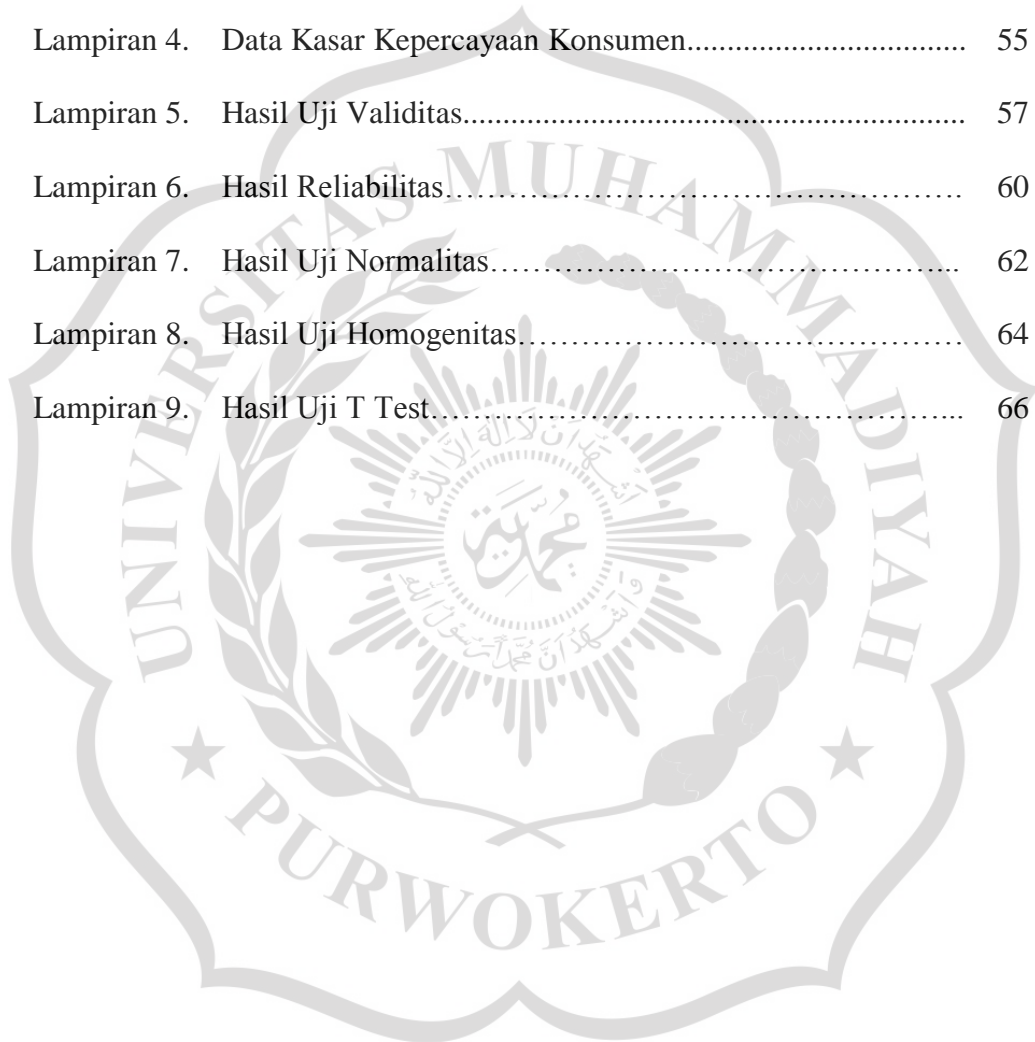
DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Sistem Skor Kuesioner.....	21
Tabel 2.	Blue Print Kepercayaan Konsumen.....	22
Tabel 3.	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 4.	Demografi.....	30
Tabel 5.	Hasil Uji Normalitas.....	31
Tabel 6.	Hasil Uji T Test.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Lembar Validasi Skala Kepercayaan Konsumen.....	42
Lampiran 2.	Surat Ijin Penelitian.....	46
Lampiran 3.	Skala Kepercayaan Konsumen.....	48
Lampiran 4.	Data Kasar Kepercayaan Konsumen.....	55
Lampiran 5.	Hasil Uji Validitas.....	57
Lampiran 6.	Hasil Reliabilitas.....	60
Lampiran 7.	Hasil Uji Normalitas.....	62
Lampiran 8.	Hasil Uji Homogenitas.....	64
Lampiran 9.	Hasil Uji T Test.....	66



PERBEDAAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MERK KOSMETIK WARDAH ANTARA PENGGUNA BERUSIA REMAJA DENGAN DEWASA

ABSTRAK

Kepercayaan konsumen adalah segala pengertian yang dimiliki konsumen dan segala ketentuan yang dibuat konsumen berdasarkan objek, atribut, dan manfaat. Konsumen akan mencoba membuat kepercayaan terhadap penjual sebelum akhirnya berusaha menyesuaikan karakteristik produk dengan kepribadiannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kepercayaan konsumen terhadap merek kosmetik Wardah antara pengguna remaja dan dewasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel penelitian adalah pengguna wardah yang dibagi menjadi dua kelompok yaitu 50 remaja dan 50 dewasa. Instrumen dalam penelitian ini adalah skala kepercayaan konsumen, yang memiliki koefisien reliabilitas $\alpha = 0,935$. Teknik analisis data menggunakan independent sample t-test untuk mengetahui perbedaan kepercayaan konsumen terhadap merek kosmetik Wardah antara pengguna remaja dengan dewasa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap merek kosmetik Wardah antara pengguna remaja dan dewasa dengan hasil $t = 0,0368$, $p = 0,716$ ($p > 0,01$), rerata remaja = 146,26 dan rerata dewasa = 145.39.

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Pengguna Kosmetik Wardah

DIFFERENCES IN CONSUMER TRUST IN WARDAH COSMETIC BRAND BETWEEN TEENAGE AND ADULT USERS

ABSTRACT

Consumer trust is all the understanding that consumers have and all provisions made by consumers based on objects, attributes, and benefits. Consumers will try to make trust in the seller before finally trying to adjust the characteristics of the product with his personality. The purpose of this study was to determine the differences in consumer confidence in the Wardah cosmetic brand between adolescent and adult users.

This study uses a quantitative approach, with the research sample being wardah users who are divided into two groups, namely 50 adolescents and 50 adults. The instrument in this study is the consumer confidence scale, which has a reliability coefficient of $\alpha = 0.935$. The data analysis technique used independent sample t-test to determine differences in consumer confidence in the Wardah cosmetic brand between adolescent and adult users.

The results showed that there was no significant difference in consumer confidence in the Wardah cosmetic brand between adolescent and adult users with the results of $t = 0.0368$, $p = 0.716$ ($p > 0.01$), adolescent average = 146.26 and adult average = 145.39 .

Keywords: Consumer Trust, Wardah Cosmetic Users