

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF MINAT BELI PRIA PADA
PRODUK *SKINCARE***

SKRIPSI



OLEH:

Mario Leonardo Tjayadi

NRP . 7103019031

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Widya Mandala

Surabaya

2023

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF MINAT BELI PRIA PADA
PRODUK *SKINCARE***

SKRIPSI

Diajukan kepada

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh

gelar Sarjana Psikologi



OLEH

Mario Leonardo Tjayadi

NRP 7103019031

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Widya Mandala

Surabaya

2023

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini, saya:

Nama : Mario Leonardo Tjayadi

NRP : 7103019031

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF MINAT BELI PRIA PADA PRODUK *SKINCARE*

Merupakan karya saya sendiri tanpa ada rekayasa dari pihak manapun. Apabila pada kemudian hari ditemukan bukti bahwa skripsi saya ini merupakan hasil plagiat maupun manipulasi data, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan maupun pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh serta permohonan maaf dari pihak-pihak yang terkait.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran penuh dan tidak ada tekanan dari pihak manapun.

Surabaya , 6 Juni 2023



Mario Leonardo Tjayadi

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Bersama ini, saya:

Nama : Mario Leonardo Tjayadi

NRP : 7103019031

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul:

**STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF MINAT BELI PRIA PADA
PRODUK *SKINCARE***

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 6 Juni 2023



Mario Leonardo Tjayadi

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF MINAT BELI PRIA PADA
PRODUK *SKINCARE*

Oleh:
Mario Leonardo Tjayadi
NRP 7103019031

Telah dibaca, disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing : Dr. Desak Nyoman Arista R.D., M.Psi., Psikolog 

NIDN : 0726108203

Email : desakdewi@ukwms.ac.id

Surabaya, 6 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Studi Deskriptif Kuantitatif Minat Beli Pria pada Produk Skincare” oleh Mario Leonardo Tjayadi (7103019031) telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Pada tanggal 6 Juni 2023



Dewan penguji:

1. Ketua : Andhika Alexander Repi, M.Psi., Psikolog
2. Sekretaris: Happy Cahaya Mulya, M.Psi., Psikolog
3. Anggota : Dicky Susilo, M.Psi., Psikolog
4. Anggota : Dr. Desak Nyoman Arista R.D, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0726108203

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini dipersembahkan untuk:

TUHAN YESUS KRISTUS

Keluarga Peneliti

Sahabat dan teman-teman peneliti

Dr. Desak Nyoman Arista Retno Dewi, M. Psi., Psikolog

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Seluruh Responden dalam penelitian ini

HALAMAN MOTTO

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

-Yesaya 41:10-

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya.”

-Matius 21:22-

”Apa yang tidak mungkin bagi manusia, mungkin bagi Allah.”

-Lukas 18:27-

UNGKAPAN TERIMA KASIH

1. **Tuhan Yesus Kristus**, Tuhan yang senantiasa menyertai, memberkati, melindungi dan memberi kekuatan baru bagi saya
2. **Ibu Agnes Maria Sumargi, Grad.Dip.Ed.,M.Psych., Ph.D.** Selaku Dekan Fakultas Psikologi UKWMS yang telah memberikan tempat belajar dan mengembangkan diri yang sangat nyaman sehingga peneliti dapat melakukan penelitian ini dengan baik.
3. **Dr. Desak Nyoman Arista Retno Dewi, M. psi., Psikolog** Selaku dosen pembimbing, terimakasih telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing peneliti dari awal hingga akhir penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Terimakasih juga atas masukan, saran dan juga semangat yang selalu diberikan kepada peneliti.
4. **Dosen Penguji Skripsi**, berterima kasih atas masukan maupun saran yang diberikan untuk menyempurnakan skripsi ini
5. **Bapak Happy Cahaya Mulya, M.Psi., Psikolog** Selaku pendamping akademik, terimakasih atas segala dukungan dan arahan yang diberikan kepada peneliti dalam belajar di Fakultas Psikologi UKWMS.
6. **Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya** Terimakasih atas pengalaman pembelajaran dan suasana pembelajaran yang nyaman.
7. **Keluarga Peneliti (Papa, Mama, Ko Willy, Ko Rico)** Yang senantiasa memberikan dukungan doa, dukungan materi, dan semangat sehingga penelitian dan perkuliahan dapat terselesaikan dengan baik
8. **Felicia Stefany** Yang selalu menjadi *support system* bagi saya dan selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi
9. **Semua Partisipan** Yang terlibat dalam penelitian ini, terimakasih atas waktu dan partisipasinya hingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
10. **Teman-teman angkatan 2019** Terimakasih atas pengalaman luar biasa selama kita belajar bersama. Semoga kalian bahagia selalu dimanapun kalian berada gaes.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Halaman Pengesahan	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Motto	viii
Ungkapan Terima Kasih	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstraksi	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Minat Beli.....	11
2.1.1 Definisi Minat Beli	11
2.1.2 Aspek Minat Beli.....	11
2.1.3 Faktor-faktor Minat Beli	12
2.2 Pria Pengguna Skincare.....	13
2.3 Gambaran Minat Beli Pria Pada Produk Skincare	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	15

3.2 Definisi Operasional Minat Beli	15
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	15
3.3.1 Populasi.....	15
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	15
3.4 Metode Pengumpulan Data	16
3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	17
3.5.1 Validitas	17
3.5.2 Reliabilitas.....	17
3.6 Teknik Analisis Data.....	18
3.7 Etika Penelitian	19
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	20
4.1 Orientasi Kancas Penelitian	20
4.2 Persiapan Penelitian	21
4.2.1 Membuat Blueprint.....	21
4.2.2 Mempersiapkan Alat Ukur.....	21
4.2.3 Pembuatan Google Form	22
4.3 Pelaksanaan Penelitian	22
4.4 Hasil Penelitian	23
4.4.1 Uji Validitas	23
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	24
4.4.3 Data Demografis.....	24
4.4.4 Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	28
BAB V PENUTUP	37
a. Bahasan	37
b. Simpulan.....	42
c. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Pernyataan Aitem <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	16
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Skala Minat Beli	17
Tabel 4.1 <i>Blueprint</i> Skala Minat Beli	21
Tabel 4.2 Skala Minat Beli.....	24
Tabel 4.3 Kategorisasi Minat Beli Skincare Pada Pria	29
Tabel 4.4 Kategorisasi Aspek Minat Transaksional	30
Tabel 4.5 Kategorisasi Aspek Minat Referensial	31
Tabel 4.6 Kategorisasi Aspek Minat Preferensial	32
Tabel 4.7 Kategorisasi Aspek Minat Eksploratif.....	33
Tabel 4.8 Tabulasi Silang Berdasarkan Status	34
Tabel 4.9 Tabulasi Silang Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.10 Tabulasi Silang Berdasarkan Produk.....	36
Tabel 4.11 Tabulasi Silang Berdasarkan Alokasi Dana.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Batang Berdasarkan Usia.....	24
Gambar 4.2 Diagram Batang Berdasarkan Domisili	25
Gambar 4.3 Diagram Batang Berdasarkan Status	26
Gambar 4.4 Diagram Batang Berdasarkan Produk Skincare	27
Gambar 4.5 Diagram Batang Berdasarkan Tempat Pembelian Skincare	27
Gambar 4.6 Diagram Batang Berdasarkan Alokasi Dana.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Demografis Partisipan.....	46
Lampiran 2 Hasil Data Minat Beli Valid	54
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
Lampiran 4 Tabulasi Silang Berdasarkan Status.....	62
Lampiran 5 Tabulasi Silang Berdasarkan Usia	62
Lampiran 6 Tabulasi Silang Berdasarkan Produk yang diinginkan	63
Lampiran 7 Tabulasi Silang Berdasarkan Alokasi Dana	63

Mario Leonardo (2023). “Studi Deskriptif Kuantitatif Minat Beli Pria Pada Produk Skincare”. **Skripsi Sarjana Strata 1.** Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

ABSTRAK

Skincare merupakan hal yang identik bagi wanita, tak hanya kaum wanita saja yang perlu menggunakan *skincare* namun pria juga memerlukan menggunakan *skincare* dengan berbagai alasan seperti seringnya aktivitas pria yang dilakukan diluar ruangan yang dapat mengakibatkan jerawat dan kusam, terkena paparan sinar UV. Namun masih banyak terdapat pria yang tidak berminat membeli *skincare* karena dirinya merasa tidak butuh ataupun merasa tidak ada gunanya. Penting bagi pria untuk memiliki minat beli terhadap produk *skincare*, mengingat jumlah populasi pria yang lebih banyak daripada wanita dimana pria merupakan target pasar yang besar bagi industri kosmetik. Munculnya produk-produk *skincare* baru menambah persaingan bisnis produk *skincare* yang ketat sehingga minat beli diperlukan untuk membantu perusahaan industri kosmetik dalam memasarkan produk dan membantu menentukan segmentasi pasar produk *skincare* yang ditujukan kepada pria. Peneliti memiliki tujuan dari penelitian ini yaitu melihat gambaran minat beli yang ada pada pria pada produk *skincare*. Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu *purposive sampling* dan diperoleh 150 responden. Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mendapatkan bahwa minat beli pria pada produk *skincare* dengan kategori tinggi dengan presentase 48%.

Kata Kunci: Minat Beli, *Skincare*, Pria

Mario Leonardo (2023). *"Descriptive Quantitative Study of Men's Interest in Skincare Products". Undergraduate Thesis 1. Faculty of Psychology Widya Mandala Catholic University Surabaya.*

ABSTRACT

Skincare is an identical thing for women, not only women who need to use skincare but men also need to use itskincare for various reasons such as the frequent activities of men who are carried out outdoors which can cause acne and dullness, exposure to UV rays. However, there are still many men who are not interested in buying skincare because they feel they don't need it or feel it is useless. It is important for men to have an interest in buying productsskincare, considering that the male population is greater than female where men are a big target market for the cosmetic industry. The emergence of productsskincare new product business competition addedskincare so that buying interest is needed to help cosmetic industry companies market their products and help determine product market segmentationskincare addressed to men. The researcher has the aim of this study, which is to see a description of the buying interest that exists in men in the productskincare. Methods of data collection carried out by researchers namely purposive sampling and obtained 150 respondents. Based on the research that has been done, the researchers found that men's buying interest in the productskincare in the high category with a percentage of 48%.

Keywords: *Buying Interest, Skincare, Men*