

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAKE  
OVER (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di  
Jabodetabek)**

**Elma Yuliana**

**1702518020**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan  
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

***THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX ON THE  
PURCHASE DECISION OF MAKE OVER COSMETIC  
PRODUCTS (Survey of Make Over Cosmetics Consumers in  
Jabodetabek)***

**Elma Yuliana**

**1702518020**



***The Scientific Work was compiled to fulfill one of the requirements for obtaining  
an Associate Expert Degree at the Faculty of Economics, State University of  
Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIPLOMA III***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2023**

## ABSTRAK

**Elma Yuliana. 1702518020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Survei pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Jabodetabek). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 135 responden dengan kriteria responden yaitu, berdomisili di wilayah Jabodetabek, berjenis kelamin perempuan, berusia minimal 17 tahun, pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik Make Over. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis deskriptif menggunakan aplikasi *software* SPSS 25 untuk pengolahan datanya.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Bauran Pemasaran (X) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 57,3% sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Make Over.

## **ABSTRACT**

**Elma Yuliana. 1702518020. THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX ON THE PURCHASE DECISION OF MAKE OVER COSMETIC PRODUCTS (Survey of Make Over Cosmetics Consumers in Jabodetabek) Marketing Management Study Program Diploma III, Faculty of Economics, State University of Jakarta.**

*This study aims to determine the effect of the Marketing Mix on the Purchase Decision of Make Over Cosmetic Products. Data was collected by distributing questionnaires to 135 respondents with the respondent criteria, domiciled in the Jabodetabek area, female, at least 17 years old, have purchased and used Make Over cosmetic products. The analytical method used in this research is quantitative method with descriptive analysis using SPSS 25 software application for data processing.*

*The results of this research indicate that the Marketing Mix variable (X) has a positive influence on the Purchasing Decision variable (Y) of 57,3% while the remaining 42,7% is influenced by other variables not examined in this research.*

*Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Make Over.*

# LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

---

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Febrilia, SE., M.M.  
NIP/NIDK : 198702092015042001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Elma Yuliana  
No. Registrasi : 1702518020  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Survei pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Jabodetabek)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 21 Desember 2022

Mengetahui,  
Koord. Program Studi



Dra. Sholikhah, MM.  
NIP. 196206231990032001

Dosen Pembimbing







Ika Febrilia, SE., M.M.  
NIP/NIDK. 198702092015042001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP. 199308272020122024 (Ketua)		27-02-2023
2	M. Edo S. Siregar, SE, M.BA NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli)		27-02-2023
3	Ika Febrilia, SE., M.M. NIP. 198702092015042001 (Pembimbing)		27-02-2023
Nama : Elma Yuliana No. Registrasi : 1702518020 Program Studi : D-3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : ..16..Februari..2023			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR ORISINALITAS

## LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elma Yuliana

NIM : 1702518020

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Jabodetabek)”** ini adalah benar-benar merupakan Karya Ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam Karya Ilmiah saya saat ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 3 Maret ..... 2023

Yang menyatakan,

Elma Yuliana

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, tak lupa sholawat teriring untuk Nabi Muhammad SAW. Karna berkat karunia-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over** (Survei pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Jabodetabek).

Penyusunan Karya Ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat wajib untuk mencapai gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Dr. Ari Saptono selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta,
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta,
3. Ika Febrilia, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyusunan Karya Ilmiah ini,
4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama peneliti duduk di bangku perkuliahan,
5. Keluarga tercinta, Ibu, kakak-kakak, dan adik-adik peneliti yang telah memberikan dukungan selama menyusun Karya Ilmiah ini,
6. Rekan-rekan mahasiswa D3 A Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang sudah berkenan membantu dalam menyusun Karya Ilmiah ini,
7. Rekan-rekan *live streamer*, Ainun, Karin, Kanob, YP, Papji, dan Pak Cik yang telah memberikan dukungan kepada peneliti,



8. Serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Karya Ilmiah ini. Tidak lupa peneliti harapkan semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 16 Agustus 2022

Elma Yuliana