

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI WANITA TERHADAP PRODUK KOSMETIK SECARA ONLINE DI KOTA BATAM

MAUDY FEBRIANNA
NPM: 1641313

ABSTRAK

Pada zaman modern ini semakin banyak wanita yang ingin tampil cantik dan percaya diri dengan berpenampilan menarik. 80% wanita Indonesia memakai riasan wajah untuk sehari – hari. Untuk mendapatkan produk – produk kosmetik luar negeri maupun produk lokal Indonesia biasanya wanita Indonesia membelinya melalui toko dan *online store*. Beberapa situs online yang direkomendasikan untuk aktivitas perbelanjaan produk kecantikan adalah Sephora, Sociolla, dan Althea Korea. Penelitian ini menganalisis dengan tujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi niat pembelian kosmetik secara online pada wanita di kota Batam. Variabel independent pada penelitian ini adalah *utilitarian value*, *hedonic value*, *social value*, dan *preceived risk*. Variabel dependent pada penelitian ini adalah *purchase intention* dan Variabel mediating pada penelitian ini adalah *satisfaction*.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 300 responden dan sebanyak 254 data yang kembali dan diolah dengan menggunakan PLS. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *utilitarian value*, *hedonic value*, *social value*, *preceived risk* dan *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *utilitarian value*, *hedonic value*, *social value*, *preceived risk*, *satisfaction*, *purchase intention*,