

ABSTRAK

**Pola Konsumsi Kosmetika Tata Rias Merk Sariayu
Ditinjau dari Variabel Demografi
Studi Kasus di Kotamadya Yogyakarta**

**R o h i l a p i
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan pola konsumsi kosmetika tata rias merk Sariayu ditinjau dari variabel demografi. Variabel demografi dalam penelitian ini meliputi: usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen kosmetika tata rias merk Sariayu di Kotamadya Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan teknik purposive random sampling. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data: daftar pertanyaan dan wawancara. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis persentase, tabel silang, chi-square dan analisis deskriptif.

Hasil dari analisis tersebut adalah sebagai berikut: Variabel demografi yang meliputi: usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan seseorang tidak mempengaruhi pola konsumsinya terhadap kosmetika tata rias merk Sariayu. Berbeda dengan variabel demografi penghasilan ternyata mempengaruhi pola konsumsi seseorang terhadap kosmetika tata rias merk Sariayu, dengan berbedanya penghasilan maka berbeda pula pola konsumsi mereka terhadap kosmetika tata rias merk Sariayu.

ABSTRACT

**The Consumption Pattern of Sariayu Facial
Make-up Cosmetics Based on Demographic Variables:
A Case Study in Kotamadya Yogyakarta**

**R o h i l a p i
Sanata Dharma University
Yogyakarta**

The research aims to find out whether there is difference of the consumption pattern of Sariayu facial make-up cosmetics based on demographic variables. The variables are age, educational level, job and income.

The data were collected with questionnaire and interviews. The samples of 100 taken by Purposive Random Sampling. The data analysis technique used Percentage Analysis, Crossing Table, Chi-square and Descriptive Analysis.

The results show that age, educational level and job do not influence the consumption pattern, but the income does.