

ABSTRAK**ALASAN-ALASAN YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN WANITA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC**

(Studi kasus pada konsumen wanita di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Magdalena

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Alasan-alasan yang mempengaruhi konsumen wanita terhadap keputusan pembelian Nature Republic dengan studi kasus pada konsumen wanita di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita terhadap keputusan pembelian Nature Republic. Sampel yang diteliti sebanyak 100 orang dan teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling* uji validitas menggunakan teknik *kolerasi product moment* dan uji realibilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) Analisis presentase untuk mengetahui identitas responden, 2) analisis Cochran *Q-Test* untuk mengetahui Alasan-alasan yang mempengaruhi keputusan pembelian Nature Republic. Dari hasil analisis responden berdasarkan usia 17-24, berdasarkan status pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa dan berdasarkan domisili yaitu di Kotamadya Yogyakarta yang mempengaruhi konsumen wanita terhadap keputusan pembelian Nature Republic. Dari hasil analisis Cochran *Q-Test* menunjukkan bahwa terkait dengan melembabkan kulit wajah dan bagian tubuh lainnya, mengatasi kulit sensitif, menghilangkan noda hitam, dasar *makeup*, iklannya mempunyai daya tarik, pesan iklannya dapat dimengerti, alat promosinya mampu menarik perhatian, lokasinya terjangkau, banyak dijual dipusat perbelanjaan, dan harganya terjangkau.

kata kunci : alasan yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

**REASONS THAT AFFECT FEMALE CONSUMERS TOWARD PURCHASING
DECISIONS NATURE REPUBLIC
(case studies of female consumers in the Special Region of Yogyakarta)**

Magdalena

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019

This study aims to find out the reasons that affect female consumers toward purchasing decisions Nature Republic with case studies on female consumers in the Special Region of Yogyakarta. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The population in this research is female consumers of the purchasing decision Nature Republic. The sample studied was 100 people and the sampling technique used was Convenience Sampling, validity test using product moment correlation technique and reliability test using the Cronbach Alpha formula. The data analysis technique used in this study is 1) Percentage analysis to find out the identity of the respondent, 2) Cochran Q-Test analysis to find out the reasons that influence Nature Republic purchasing decisions. From the results of the analysis of respondents based on age 17-24, based on employment status, namely students and based on concise in the Municipality of Yogyakarta that affects female consumers toward purchase decisions Nature Republic. From the results of the Cochran Q-Test analysis, it indicates that related to moisturizing facial skin and other body parts, coping with sensitive skin, removing black stains, makeup base, the advertisement has certain appeal, the advertising message are understandable, promotional tools it attracts attention, affordable location, they sell a lot in shopping centers, and price is affordable.

***Keywords* : Reason the affect consumers toward purchasing decisions**