

ANALYSIS OF FACTOR THAT INFLUENCE WARDAH COSMETICS PURCHASING DECISIONS IN PADANG CITY

Ayu Andani¹, Linda Wati², Mery Trianita³

^{1,2,3} Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University
Email : ayuandani581@gmail.com , 111nda@yahoo.co.id , Merytrianita@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the analysis of factors that influence the decision to purchase Wardah Cosmetics in Padang City. The population in this study were those who used Wardah Cosmetic products in the City of Padang, with a total sample of 138 people. The sampling technique uses purposive sampling method. The data analysis used is multivariate analysis of factor analysis methods.

From the results of this study it was found that there were six main factors underlying the consumers in purchasing Wardah Cosmetics in Padang City, namely the first factor had a total Eigenvalues of 7.494 and a percentage variance value of 37.470%. The second factor has a total value of Eigenvalues of 1.728 and a percentage of the variance value of 8.641%. The third factor has a total Eigenvalues of 1.492 and a percentage of the variance value of 7.459%. The fourth factor has a total Eigenvalues of 1,304 and the percentage of variance is 6.521%. The fifth factor has a total Eigenvalues of 1.021 and a percentage value of variance of 5.105%. The sixth factor has a total Eigenvalues of 1,012 and a percentage variance value of 5,059%.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Behavior, Purchasing Decision

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI KOTA PADANG

Ayu Andani¹, Linda Wati², Mery Trianita³

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : ayuandani581@gmail.com , 111nda@yahoo.co.id , Merytrianita@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah yang menggunakan produk Kosmetik Wardah di Kota Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 138 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisa data yang dipergunakan adalah analisis multivariat metode analisis faktor.

Dari hasil penelitian ini ditemukan ada enam faktor utama yang melatarbelakangi .konsumen dalam pembelian Kosmetik Wardah di Kota Padang yaitu faktor pertama diberi nama iklan produk, faktor ke dua diberi nama kemasan produk, faktor ke tiga diberi nama media promosi pada produk, faktor ke empat diberi nama keamanan pada produk, faktor ke lima diberi nama komposisi produk dan faktor ke enam diberi nama ketersediaan berbagai macam varian produk.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian