

ABSTRAK

Fenomena pertumbuhan penggunaan produk kosmetik di Indonesia meningkat setiap tahun di sebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya meningkatnya permintaan, tren dan gaya hidup di masyarakat yang semakin berkembang. Berdasarkan survei TopBrand Kosmetik Wardah merupakan kosmetik paling banyak digunakan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen, gaya hidup dan proses keputusan pembelian yang dilakukan oleh pengguna produk kosmetik, besarnya pengaruh perilaku dan gaya hidup konsumen terhadap produk kosmetik Wardah secara parsial dan simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal. Populasi penelitian tidak diketahui sehingga sampelnya menggunakan teknik nonprobability sampling dengan jenis sampling purposive. Penentuan responden menggunakan rumus Bernoulli sehingga didapatkan 100 responden pengguna produk kosmetik merek Wardah. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 41,74%. Secara simultan menunjukkan bahwa perilaku konsumen dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 59,6%. Sedangkan sisanya 43,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Wardah, Perilaku Konsumen, Gaya Hidup, Proses Keputusan Pembelian