

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis pengaruh pendapatan mahasiswa, harga, kualitas, dan citra merek terhadap pengeluaran konsumsi produk *makeup* mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendapatan mahasiswa, harga, kualitas, dan citra merek terhadap pengeluaran konsumsi produk *makeup* mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman serta untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi produk *makeup* mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner menggunakan *google form* kepada mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman. Alat analisis yang digunakan adalah regresi data *cross section* dengan model *Ordinary Least Square (OLS)*. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan SPSS versi 25.0. Analisis data dalam penelitian ini antara lain: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F, serta Uji Elastisitas.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Pendapatan, Harga, Kualitas, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi produk *makeup* mahasiswi. Pendapatan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap pengeluaran konsumsi produk *makeup* mahasiswi Universitas Jenderal Soedirman.

Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan sebagai upaya dalam memproduksi suatu produk dan upaya menawarkan produk yang diminati oleh konsumen bagi produsen produk *makeup* dan bagi penjual di daerah Purwokerto. Upaya yang dapat dilakukan adalah antara lain: pertama, memperhatikan bagaimana keuangan konsumen, tingkat harga yang terjangkau (*affordable*) sesuai dengan keuangan mahasiswa pada kisaran harga Rp20.000-Rp100.000. Kedua, produk *makeup* yang berkualitas baik dari sisi pigmentasi produk (warna yang pekat), kemasan yang aman melindungi produk baik kemasan yang tidak mudah pecah dan melindungi produk agar tidak rusak atau tumpah misalnya dengan menghindari penggunaan bahan kaca, tampilan produk yang menarik konsumen melalui warna dan desain serta labelisasi halal. Ketiga, citra merek yang baik dimata konsumen dari sisi nilai produk sepadan dengan manfaat produk yang didapat, produk yang mudah ditemui di tempat perbelanjaan sehingga mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk tersebut, produk yang dikenal dan dapat dipercaya oleh konsumen misal dengan iklan, demo atau *event* kosmetik, dan kerjasama.

Kata kunci: Pengeluaran Konsumsi, Uang Saku Mahasiswa, Harga, Kualitas, Citra Merek

SUMMARY

This study is a study that analyzes the effect of student income, price, quality, and brand image on the consumption expenditure of students' makeup products at Jenderal Soedirman University. The purpose of this study was to analyze the effect of student income, price, quality, and brand image on product consumption expenditures of students at Jenderal Soedirman Haberta University. General Sudirman University.

The analytical tool used is cross section data regression with the Ordinary Least Square (OLS) model. Data analysis used multiple regression analysis with SPSS version 25.0. Analysis of the data in this study include: Validity and Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination, t-test and F-test, and Elasticity Test.

The results of the research that have been carried out show that income, price, quality, and brand image have a positive and significant effect on the consumption expenditure of female students' makeup products. Income is the variable that has the greatest influence on the consumption expenditure of make-up products for General Sudirman University students.

The implications of this research can be used as an effort to produce a product and an effort to offer products that are of interest to consumers for product manufacturers and for sellers in the Purwokerto area. Efforts that can be made are, among others: first, paying attention to consumer finances, the level of affordable prices according to student finances in the price range of Rp. 20,000-Rp. 100,000. Second, makeup products that are of good quality in terms of product pigmentation (thick color), safe packaging protects the product, both packaging that is not easily broken and protects the product from being damaged or spilled, for example by avoiding the use of glass materials, product appearance that attracts consumers through color and design also halal labeling. Third, a good brand image in the eyes of consumers in terms of product value that is commensurate with the benefits of the product obtained, products that are easy to find in convenience places making it easier for consumers to get the right product, products that are known and can be trusted by consumers, for example with advertisements, cosmetic demos or events, and collaborations.

Keywords: Consumption Expenditures, Student Income, Price, Quality, Brand Image