

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, Pande Putu Erwin. 2012. Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Hal:39-49.
- Angipora P. Marlus, 2002. Dasar-Dasar Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Aniq, Husna. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemrintaan Produk Kosmetik pada Mahssiswi Muslimah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pembangunan dan Pemerataan*, Vol. 6, No.4, Hal: 1-10.
- Antyanto. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tenaga Kerja Memilih Sektor Informal sebagai Mata Pencaharian. *Jurnal Ilmiah*. Universitas Brawijaya.
- Ardani, I Gusti Agung Ketut Sri. 2015. Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol.4, No.2 Hal: 442-456.
- Aziz, Noor. 2003. *Pengantar Mikro Ekonomi (Aplikasi Dalam Manajemen)*, Malang Penerbit Erlangga
- Bintaro, 1984. *Interaksi Desa Kota Dan Permasalahannya*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Bungin. B. (2001) *Imaji Media Massa*, Yogyakarta: Jendela.
- Farras Arafiah Zahra, Salman (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Make Over Melalui Beauty Vlogger Dalam Membangun Citra Merek*
- Handayani, M. Th. 2017. *Penyadaran Peran Wanita sebagai Tenaga Kerja Sektor Informal dalam Persamaan Jender*.
- Haris, Deden Muhammad. 2011. *STrategi Pengembangan Usaha Sektor Informal dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi dan Penanggulangan Kemiskinan di Perkotaan*. *Proceeding Simposium Nasional Otonomi Daerah*.
- Hurlock, E. B. 2002. *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Surabaya : Erlangg
- Indrianto dan Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Menejemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE Yogyakarta.

- Kusdianto. 2005. Analisis Pengaruh Gaya Hidup Wanita Modern terhadap Permintaan Konsumsi Kosmetik di Kota Surakarta. *Jurnal Benefit*, Vol.9, No. 1, Hal: 61-70.
- Mahendra. 2013 Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Kosnumen pada Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No.2, Hal: 442-456.
- Mankiw, G. N. 2012. *Teori Mikro Ekonomi Edisi Keenam*, Erlangga: Jakarta
- Mantra, Ida Bagoes, 2004. *Demografi Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001), 49.
- Muliyawan, Dewi & Suriana, Neti. 2013. *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta: PT Elex Media Komputerindo.
- NAO, 1999. A Practical Guide To Sampling National Audit Office, Stratisal & Technicalteam. Retrieved From <http://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2001/06/samplingguide.pdf>.
- Natalya, Deborah. 2017. Perancangan Media Komunikasi Visual untuk Meningkatkan Brand Awareness Kosmetik Tloac-Claine. *Jurnal DKV Adiwarna*. Vol.1, No.7, Hal: 1-7.
- Noporin, 2010. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro Mikro*. Edisi Pertama. Yogyakarta. Bpfe
- Noordzij, M, Tripepi, G, Dekker, F. W, Zoccali, C, Tanck, M. W, Jager, K. J (2010). Sample Size Calculations:Basic Principles And Common Pitfalls. *Nephroi Dial Transplant* (2010) 25:1388-1393. Doi : 10.1093/ndt/gft732 Retrieved From <https://www.researchgate.net/publication/46403233>
- Pangaribuan, Lina. 2017. Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, Vol.15, No.2, Hal: 20-28.
- Prabasmoro , Aquarini P. 2003. *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Feminitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pratama Dan Madela, 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro Ekonomi Dan Makro Ekonomi)*. Edisi Revisi. PT. Erlangga
- Prahmadani, Dian Tirta. 2007. *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care tentang Kecantikan*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

- Putri Wahyuni Kasbella, dan DR. Putu Nina Nadiawati .ST. MT. MM. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Jafra.
- Rahardja, Pratama dan Mandala Manurung, 2005. Teori Ekonomi Makro. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Santrock, J.W (2003). Apa yang Membuat Remaja Tertarik Satu Sama Lain? *Adolescence: Perkembangan Remaja*, 242.
- S. Anastia. Meliana. (2006). Menjelajah Tubuh: *Perempuan dan Mitos Kecantikan* . Yogyakarta: LKIS.
- Septiani, Stevia. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol.9, No.1, Hal: 59-73.
- Siahaan, Alfionita M. 2015. Analisis Permintaan Masyarakat terhadap Produk Kosmetik Oriflame di Kota Pekanbaru. *Jom Fekon*, Vol.2, No.2, Hal: 1-11.
- Sugiarto, Dkk 2005. *Ekonomi Mikro (Sebuah Bahan Komprehensif)*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Suparmoko, M. 1998. Pengantar Ekonometrika Mikro. Yogyakarta: BPFE
- Sukirno Sadono (2002). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, PT. Grafindo Persada Jakarta
- Sukirno Sadono (2006). *Mikroekonomi, Teori Pengantar Ed. 3* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Taherdoost, h (2017). Determining Sample Size How To Calculate Survey Sample Size. *Internasional Journal Of Economics And Management System* vol. 2 ISSN: 2367-8925.
- Todaro, Michael. 2000. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga. Edisi Ketujuh Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Tranggono, 2007. Kecantikan Perempuan Timur. PT. Grasindo. Jakarta.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN JAWABAN RESPONDEN

NO	PERMINTAAN KOSMETIK (Y)	PENDAPATAN (X1)	PENDIDIKAN (X2)	UMUR (X3)	PEKERJAAN (X4)
1	2	1	2	1	2
2	2	1	2	1	2
3	2	1	2	1	2
4	2	1	2	1	2
5	2	2	2	1	2
6	2	2	2	1	2
7	2	2	2	1	2
8	2	2	1	1	2
9	2	2	2	1	2
10	2	2	2	1	2
11	2	2	1	1	2
12	2	2	2	2	2
13	1	1	1	1	2
14	2	2	2	2	2
15	1	1	1	1	2
16	1	1	1	1	2
17	1	1	1	1	2
18	1	1	1	1	2
19	1	1	1	1	2
20	1	1	1	1	2
21	2	2	2	2	2
22	2	2	2	2	2
23	2	2	2	2	2
24	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2
26	2	2	2	2	2
27	2	2	2	2	2
28	2	2	2	2	2
29	2	2	2	2	2
30	2	2	2	2	2
31	1	1	2	1	2
32	1	1	1	1	2
33	1	1	1	1	2
34	1	1	1	1	2
35	1	1	1	1	2
36	1	1	1	1	2
37	1	1	1	1	2
38	1	1	1	1	2
39	1	1	1	1	2
40	1	1	1	1	2
41	1	1	1	1	2
42	2	2	2	2	2
43	2	2	2	2	2
44	2	2	2	2	2
45	2	2	2	2	2
46	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1
50	2	2	2	2	2
51	2	2	2	2	2

52	2	2	2	2	2
53	2	2	2	2	2
54	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1
65	2	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2
67	0	0	0	0	0
68	2	2	2	2	2
69	0	0	2	0	0
70	0	0	2	0	0
71	0	0	2	2	0
72	0	0	2	2	0
73	0	0	2	2	0
74	0	0	2	2	0
75	0	0	0	2	0
76	0	0	0	2	0
77	0	0	0	2	0
78	0	0	2	0	0
79	0	0	2	0	0
80	0	0	2	0	0
81	0	0	2	0	0
82	0	0	2	0	0
83	0	0	2	0	0
84	0	0	2	0	0
85	0	0	2	0	0
86	0	0	2	0	0
87	0	0	0	0	0
88	0	0	0	0	0
89	0	0	0	0	0
90	2	2	1	2	2
91	2	2	1	2	2
92	2	2	1	2	2
93	2	2	1	2	2
94	2	2	1	2	2
95	2	2	1	2	2
96	2	2	1	2	2
97	1	1	1	1	1
98	1	1	1	1	1
99	1	1	1	1	1
100	2	2	2	2	2

## LAMPIRAN HASIL OLAH DATA

## PERMINTAAN MAKEUP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 500,000	22	22.0	22.0	22.0
600,000 - 1,000,000	36	36.0	36.0	58.0
1,100,000-2,000,000	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## PENDAPATAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp1,000,000	22	22.0	22.0	22.0
Rp1,000,000 – Rp5,000,000	40	40.0	40.0	62.0
> Rp5,000,000	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTA	15	15	15	7.0
Diploma	36	36	36	51.0
Sarjana	49	49	49	100.0
Total	100	100	100	

## UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 Tahun	15	15.0	15.0	15.0
21-30 Tahun	47	47.0	47.0	47.0
40-50 Tahun	37	37.0	38.0	38.0
>50 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## JENIS PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid INFORMAL	38	38.0	38.0	38.0
FORMAL	62	62.0	62.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**PEKERJAAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KARYAWAN SWASTA	8	8.0	8.0	8.0
	PEGAWAI BUMN	1	1.0	1.0	9.0
	POLRI	8	8.0	8.0	17.0
	SELEBGRAM	28	28.0	28.0	45.0
	PNS	11	11.0	11.0	56.0
	WIRUSAHA	2	2.0	2.0	58.0
	HONORER	24	24.0	24.0	82.0
	PEGAWAI BANK	7	7.0	7.0	89.0
	SPG	4	4.0	4.0	93.0
	FREELANCER	1	1.0	1.0	94.0
	ASISTEN MANAGER	1	1.0	1.0	95.0
	PENGUSAHA	3	3.0	3.0	98.0
	DOSEN	1	1.0	1.0	99.0
	PENJAU ONLINE	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**APAKAH MEMILIKI PEKERJAAN SAMPINGAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YA	22	22.0	22.0	22.0
	TIDAK	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**PENDAPATAN SAMPINGAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 2,100,000 - 3,000,000	78	78.0	78.0	78.0
	1,000,000-2,000,000	8	8.0	8.0	86.0
	< 1,000,000	10	10.0	10.0	96.0
	4,000,000	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**SEBERAPA SERING MEMBELI MAKEUP**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SESEKALI	22	22.0	22.0	22.0
	SERING	36	36.0	36.0	58.0
	SELALU	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**APAKAH KOSMETIK ITU PENTING**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid YA	99	99.0	99.0	99.0
TIDAK	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**APAKAH DITEMPAT KERJA WAJIB MAKEUP**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid YA	82	82.0	82.0	82.0
TIDAK	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**MEREK KOSMETIK**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MAKEOVER, MAYBELLINE, REVLON	78	78.0	78.0	78.0
YOU, ETUDE, FOCCALURE	8	8.0	8.0	86.0
WARDAH	10	10.0	10.0	96.0
LAINNYA	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**ITEM YANG DIGUNAKAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PENSIL ALIS, LIPSTIK, MASKARA	25	25	25	78.0
EYESHADOW, BEDAK, EYELINER	5	5	5	86.0
BEDAK, LIPSTIK, MASKARA	50	50	50	96.0
SEMUANYA	20	20	20	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**DURASI MENGGUNAKAN MAKEUP**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SUDAH TIDAK TERLALU MAKEUP	15	15.0	15.0	15.0
1-5 TAHUN	47	47.0	47.0	62.0
> 5 TAHUN	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERMINTAAN KOSMETIK	5.19	5.206	.934	.787
PENDAPATAN	5.23	5.310	.923	.792
PENDIDIKAN	4.97	7.747	.287	.929
UMUR	5.16	6.459	.620	.868
PEKERJAAN	5.01	5.404	.792	.826

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 <sup>a</sup>	.950	.948	.177

a. Predictors: (Constant), PEKERJAAN, PENDIDIKAN, UMUR, PENDAPATAN

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.007	4	14.252	452.429	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.993	95	.032		
	Total	60.000	99			

a. Dependent Variable: PERMINTAAN KOSMETIK

b. Predictors: (Constant), PEKERJAAN, PENDIDIKAN, UMUR, PENDAPATAN

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.110	.054		-2.018	.046
	PENDAPATAN	.776	.056	.759	13.870	.000
	PENDIDIKAN	.091	.030	.072	2.982	.004
	UMUR	.004	.035	.003	.103	.918
	PEKERJAAN	.200	.044	.213	4.558	.000

a. Dependent Variable: PERMINTAAN KOSMETIK