



PERSEPSI INFLASI, SENSITIVITAS HARGA, DAN PREFERENSI PEMBELIAN KOSMETIK LOKAL: STUDI PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA BOGOR

MSY KHAIRUNNISA SAFITRI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Persepsi Inflasi, Sensitivitas Harga, dan Preferensi Pembelian Kosmetik Lokal: Studi pada Perempuan Generasi Z di Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada IPB University.

Bogor, Juli 2026



Msy Khairunnisa Safitri
K1401221186

ABSTRAK

MSY KHAIRUNNISA SAFITRI. Persepsi Inflasi, Sensitivitas Harga, dan Preferensi Pembelian Kosmetik Lokal: Studi pada Perempuan Generasi Z di Kota Bogor. Dibimbing oleh TANTI NOVIANTI.

Industri kosmetik Indonesia terus berkembang pesat di tengah dinamika ekonomi makro yang ditandai oleh peningkatan inflasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi inflasi terhadap preferensi pembelian kosmetik lokal, menganalisis pengaruh sensitivitas harga terhadap preferensi pembelian, serta menganalisis peran sensitivitas harga sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara persepsi inflasi dan preferensi pembelian tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring terhadap 162 perempuan Generasi Z di Kota Bogor dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian kosmetik lokal. Selain itu, sensitivitas harga juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian. Lebih lanjut, hasil uji mediasi mengonfirmasi bahwa sensitivitas harga secara signifikan memediasi pengaruh persepsi inflasi terhadap preferensi pembelian kosmetik lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa tekanan inflasi mendorong konsumen menjadi lebih rasional dan kritis, sehingga beralih ke kosmetik lokal yang menawarkan nilai lebih (*value for money*) tanpa mengabaikan kualitas estetika. Secara keseluruhan, faktor ekonomi makro secara subjektif mampu mengubah preferensi konsumsi Generasi Z ke arah produk dalam negeri.

Kata kunci: dinamika makroekonomi, industri kecantikan, nilai produk, perilaku konsumen, SEM-PLS.

ABSTRACT

MSY KHAIRUNNISA SAFITRI. Inflation Perception, Price Sensitivity, and Local Cosmetic Purchase Preferences: A Study of Generation Z Women in Bogor City. Supervised by TANTI NOVIANTI.

Indonesian cosmetic industry continues to grow rapidly amidst macroeconomic dynamics characterized by rising inflation. This study aims to analyze the effect of inflation perception on the purchase preference for local cosmetics, analyze the effect of price sensitivity on purchase preference, and analyze the role of price sensitivity as a mediating variable in the relationship between inflation perception and purchase preference. Data were collected through online questionnaires from 162 Generation Z women in Bogor City and analyzed using the SEM-PLS method. The results showed that inflation perception had a positive and significant effect on the purchase preference for local cosmetics. In addition, price sensitivity was also proven to have a positive and significant effect on purchase preference. Furthermore, the mediation test results confirmed that price sensitivity significantly mediated the effect of inflation perception on the purchase preference for local cosmetics. These findings indicate that inflationary pressure encourages consumers to become more rational and critical, thus shifting to local cosmetics that offer better value for money without neglecting aesthetic quality. Overall, subjective macroeconomic factors are capable of shifting Generation Z consumption preferences toward domestic products.

Keywords: beauty industry, consumer behavior, macroeconomic dynamics, product value, SEM-PLS.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PERSEPSI INFLASI, SENSITIVITAS HARGA, DAN PREFERENSI PEMBELIAN KOSMETIK LOKAL: STUDI PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA BOGOR

MSY KHAIRUNNISA SAFITRI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Sekolah Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc
- 2 Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M., CHRMP.

Judul Skripsi : Persepsi Inflasi, Sensitivitas Harga, dan Preferensi Pembelian
Kosmetik Lokal: Studi pada Perempuan Generasi Z di Kota Bogor

Nama : Msy Khairunnisa Safitri

NIM : K1401221186

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Tanti Novianti S.P., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, BSc, MSc
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
(17 Juli 2026)

Tanggal Lulus:
(30 Juli 2026)

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan pada periode Januari sampai Juli 2026 dengan judul “Persepsi Inflasi, Sensitivitas Harga, dan Preferensi Pembelian Kosmetik Lokal: Studi pada Perempuan Generasi Z di Kota Bogor”. Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Tanti Novianti S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Terima kasih atas sabar dan perhatian yang selalu ibu berikan agar penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan baik dan lancar.
2. Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. Sc. selaku dosen penguji pertama dan Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M. selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan ilmu, wawasan, masukan, arahan perbaikan, serta dukungan dan motivasi yang sangat berarti bagi penulis.
3. Mama, Papa, Kiki, Uti, Casper, serta keluarga besar penulis yang senantiasa berdoa, memberikan dukungan moral maupun material, dan selalu mengingatkan penulis untuk semangat dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terima kasih atas kasih sayang serta canda tawa yang di hadirkan selama penulis bertumbuh kembang. Semoga penulis bisa membahagiakan serta menjadi cahaya bagi keluarga tercinta.
4. Seluruh dosen IPB University, khususnya di Sekolah Bisnis, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang bermanfaat selama masa studi penulis.
5. Rio, Pia, Manda, Shea, Raeka, Trisha, Saadah, Rosana, Syifa, Shasa, Anisa, Aca dan Pipi yang selalu hadir sebagai tempat berbagi cerita dan kebahagiaan selama masa kuliah. Terima kasih atas doa dan bantuan yang telah diberikan, kehadiran teman-teman merupakan kebahagiaan bagi penulis.
6. Teman-teman magang yang selalu ada di saat penulis membutuhkan bantuan, Rafael, Hanum, Sasha, Resta, Retno, Phino, Najla, dan Ciko.
7. Teman-teman kos GSV 1, KKN Ciherang, KCJ, PPKM, medkom, teman-teman SB59 dan teman-teman satu bimbingan selaku sahabat serta tempat bertukar cerita penulis. Kehadiran teman-teman memberikan warna baru dan semangat ke dalam hidup penulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

Bogor, Juli 2026
Msy Khairunnisa Safitri

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR LAMPIRAN	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 Persepsi Inflasi	9
2.3 Sensitivitas Harga	12
2.4 Preferensi Konsumen	14
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis Penelitian	20
III METODE	22
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Metode Penarikan Sampel	22
3.4 Definisi Operasional	23
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	26
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Analisis Deskriptif	29
4.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas	36
4.3 Pengaruh Persepsi Inflasi terhadap Preferensi Pembelian Kosmetik Lokal	47
4.4 Pengaruh Persepsi Inflasi terhadap Sensitivitas Harga	49
4.5 Pengaruh Sensitivitas Harga terhadap Preferensi Pembelian Kosmetik Lokal	50
4.6 Peran Sensitivitas Harga dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Inflasi terhadap Preferensi Pembelian Kosmetik lokal	51
4.7 Rekomendasi Strategi	53
4.8 Dampak yang Diharapkan	55
V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	72



DAFTAR TABEL

1	IHK kelompok perawatan pribadi dan jasa lainnya Kota Bogor 2020-2025	3
2	<i>Benchmarking</i> perbandingan Kabupaten Garut, Kota Bandung, dan Kota Bogor	5
3	Penelitian terdahulu	16
4	Skala <i>Likert</i>	22
5	Definisi operasional	24
6	Penilaian analisis deskriptif	26
7	Karakteristik responden	29
8	Tingkat persepsi Inflasi terhadap daya beli kosmetik lokal pada perempuan Generasi Z di Kota Bogor	33
9	Tingkat sensitivitas harga terhadap daya beli kosmetik lokal pada perempuan Generasi Z di Kota Bogor	34
10	Tingkat preferensi pembelian kosmetik lokal terhadap produk kosmetik lokal pada perempuan Generasi Z di Kota Bogor	35
11	Hasil uji <i>outer loading</i>	38
12	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	40
13	Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	40
14	<i>Fornell-Larcker</i>	41
15	<i>Construct reliability and validity</i>	42
16	<i>Construct reliability and validity</i> setelah eliminasi	43
17	Analisis koefisien determinasi	43
18	Analisis <i>effect size</i>	44
19	Evaluasi <i>predictive power</i> model berdasarkan nilai $Q^2_{predict}$, RMSE, dan MAE	45
20	<i>PLSpredict MV summary</i>	45
21	Pengujian hipotesis melalui <i>path coefficient</i>	46
22	Nilai <i>outer loading</i>	67
23	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	67
24	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) setelah eliminasi	67
25	<i>Composite reliability test</i>	68
26	<i>Composite reliability test</i> setelah eliminasi	68
27	Ringkasan hasil uji reliabilitas <i>pre-test</i>	68
28	Ringkasan hasil uji reliabilitas <i>pre-test</i> setelah eliminasi	68
29	Uji <i>Hetero-monotrait ratio</i> (HTMT)	69
30	Uji <i>Hetero-monotrait ratio</i> (HTMT) setelah eliminasi	69
31	Klasifikasi usia responden	70
32	Klasifikasi pekerjaan responden	70
33	Klasifikasi domisili responden	70
34	Klasifikasi pengeluaran per bulan responden	70
35	Klasifikasi frekuensi pembelian kosmetik responden	71
36	Klasifikasi rata-rata pengeluaran responden	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

1	Tingkat inflasi Indonesia 2025-2026	1
2	Tingkat pengeluaran belanja konsumen di Indonesia	2
3	Andil inflasi tahun-ke-tahun menurut kelompok pengeluaran	4
4	Pengelompokkan generasi berdasarkan tahun lahir	6
5	Kerangka pemikiran	20
6	Hipotesis penelitian	20
7	Model SEM-PLS	27
8	Kriteria usia responden	30
9	Kriteria pekerjaan responden	31
10	Kriteria domisili responden	31
11	Tingkat pengeluaran perbulan	32
12	Frekuensi pembelian kosmetik	32
13	Rata-rata pengeluaran untuk kosmetik perbulan	33
14	Model jalur PLS	37
15	Model Jalur PLS setelah eliminasi	38
16	Hasil pengujian hipotesis menggunakan <i>bootstrapping</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

1	Pedoman kuesioner	59
2	Hasil uji <i>pre-test</i>	63
3	Karakteristik responden	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.