

**ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI MILENIAL DAN Z TERHADAP PRODUK KECANTIKAN
LOKAL DAN KOREA DI JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

BELLANANDA CHARISMA ADESYAFIRA
21012010368/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

**ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI MILENIAL DAN Z TERHADAP PRODUK KECANTIKAN
LOKAL DAN KOREA DI JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

BELLANANDA CHARISMA ADESYAFIRA
21012010368/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI
ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI MILENIAL DAN Z TERHADAP PRODUK KECANTIKAN
LOKAL DAN KOREA DI JAWA TIMUR

Disusun Oleh :

BELLANANDA CHARISMA ADESYAFIRA
21012010368/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 5 Juni 2025

Pembimbing Utama


Reiga Ritomica Ariescy, S.E., M.M
NIP. 199211232018031001

Tim Penguji
Ketua


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si
NIPPPK. 196901132021212003

Anggota


Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bellananda Charisma Adesyafira
NPM : 21012010368
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapa pun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Juni 2025
Yang Membuat pernyataan



Bellananda Charisma Adesyafira
NPM. 21012010368

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Generasi Milenial dan Z terhadap Produk Kecantikan Lokal dan Korea di Jawa Timur”** dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Reiga Ritomiea Ariescy, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral, doa, dan semangat yang tidak pernah putus.
3. Ipi dan Ian yang telah mendukung penulis dengan berbagai cara luar biasa serta teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi ilmiah bagi pembaca yang tertarik pada bidang studi terkait.

Surabaya, 4 Mei 2025

Bellananda Charisma Adesyafira

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1. Kepuasan Konsumen	18
2.1.2 Generasi Milenial dan Generasi Z.....	27
2.1.3 Produk Kecantikan Lokal dan Korea	32
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.2.1 Pengaruh Generasi Terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.2.2 Pengaruh Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.2.3 Interaksi Generasi dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	40
2.3 Kerangka Penelitian.....	41
2.4 Hipotesis	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Operasional.....	44
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	47
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel.....	48
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	49

3.4 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.6.1 Uji Prasyarat.....	52
3.6.2 Uji Hipotesis.....	53
3.6.3 Uji Post Hoc	53
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	60
4.3 Hasil Analisis Data	62
4.3.1 Uji prasyarat.....	62
4.3.2 Uji Hipotesis	64
4.4 Pembahasan	65
4.4.1 Perbedaan Tingkat Kepuasan Berdasarkan Generasi	65
4.4.2 Perbedaan Tingkat Kepuasan Berdasarkan Merek	68
4.4.3 Interaksi Generasi Dan Merek Terhadap Tingkat Kepuasan.....	71
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	42
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Konser dan Fan Meeting K-pop di Indonesia Tahun 2024.....	3
Tabel 1.2 Daftar Brand Ambassador Merek Indonesia.....	4
Tabel 1.3 Data Penjualan 5 Merek Kecantikan Lokal	5
Tabel 1.4 Data Penjualan 5 Merek Kecantikan Korea	5
Tabel 1.5 Biaya Belanja Milenial dan Gen Z Sociola 2023.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Trdahulu Pertama.....	13
Tabel 2.2 Penelitian Trdahulu Kedua.....	14
Tabel 2.3 Penelitian Trdahulu Ketiga	15
Tabel 2.4 Penelitian Trdahulu Keempat.....	16
Tabel 2.5 Penelitian Trdahulu Kelima	17
Tabel 2.6 Perbedaan Generasi Milenial dan Z Dalam Konteks Pembelian	31
Tabel 2.7 Perbandingan Produk Kecantikan Lokal dan Korea	36
Tabel 3.1 Keterangan Kode Merek	45
Tabel 3.2 Keterangan Kode Generasi	45
Tabel 3.3 Skala Likert	47
Tabel 3.4 Data Sekunder	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek.....	58
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Prasyarat	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis	64

**ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI MILENIAL DAN Z TERHADAP PRODUK KECANTIKAN
LOKAL DAN KOREA DI JAWA TIMUR**

Oleh:

BELLANANDA CHARISMA ADESYAFIRA
21012010368

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan tingkat kepuasan konsumen Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap produk kecantikan lokal dan Korea di Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Two-Way ANOVA untuk mengetahui pengaruh interaksi antara generasi dan jenis produk terhadap tingkat kepuasan konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang tergolong dalam Generasi Milenial dan Z di wilayah Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan antara generasi maupun jenis produk, serta terdapat interaksi antara keduanya. Temuan ini memberikan implikasi bagi pemasar produk kecantikan untuk mempertimbangkan preferensi generasi dan asal produk dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Generasi Milenial, Generasi Z, Produk Kecantikan, Two-Way ANOVA.