PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

PANJI RAMADHAN
NIM : 1808204062

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2023 M/1444 HBAB I

PENDAHULUAN

ABSTRAK

Panji Ramadhan. NIM: 1808204062, "PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH", Skripsi 2022.

Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Manusia diciptakan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda demi menjaga kelangsungan hidupnya. Kebutuhan merupakan segala sesuatu untuk seorang manusia mencapai kesejahteraan hidupnya. Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang dewasa, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria. Bagi wanita kebutuhan akan penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 68 responden, sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purpose sampling (sampel yang memiliki kriteria tertentu), kriteria sample yang termasuk dalam penelitian ini adalah mahasiswi angkatan tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021 untuk membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas, uji relibilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, serta uji 1 (parsial) dan uji f (simultan) menggunakan SPSS versi 2022.

Religiusitas (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian produk Wardah (Y) dapat diterima. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung (14.097) dan F tabel (2,17) maka F hitung >F tabel dengan tingkat signifikansi (0,000) atau Sig. hitung <0,1 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersamaan variable pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cindy Ayu Prasati dan Marlina Ekawaty, 2022) bahwa secara simultan religiusitas (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Religiuisitas, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Panji Ramdhan. NIM: 1808204062, *"INFLUENCE OF RELIGIUSITY, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF WARDAH COSMETICS", 2022 Thesis.*

Need is a state of feeling deprived of certain basic satisfactions. Humans are created to have different characteristics with different levels of needs in order to maintain their survival. Needs are everything for a human being to achieve the welfare of his life. Human circumstances and nature make each individual have different needs. The needs of children are different from those of adults, the needs of women are different from those of men. For women the need for appearance is very important, because women always want to look beautiful in front of other people. The need for women to look as beautiful as they want creates a huge market potential in the cosmetic industry.

This study used a quantitative research method with a sample of 68 respondents, the sample in this study used a purposive sampling technique (samples with certain criteria), the sample criteria included in this study were female students of the 2018, 2019, 2020 and 2021 classes to prove and analyze for this reason, validity tests, reliability tests, classic assumption tests, multiple linear tests, and 1 (partial) and f (simultaneous) tests are used using SPSS version 2022.

Religiosity (X1), product quality (X2), and price (X3) on the decision to purchase Wardah products (Y) are acceptable. Based on the results of the research conducted, the obtained F count (14,097) and F table (2.17) then F count > F table with a significance level (0.000) or Sig. count <0.1 then Ho is rejected and Ha is accepted. So it can be concluded that simultaneously or simultaneously the variables that influence religiosity, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions for Wardah products, this is in line with research conducted by (Cindy Ayu Prasati and Marlina Ekawaty, 2022) that simultaneously religiosity (X1), product quality (X2) and price (X3) have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Religiosity, Product Quality, Price, Purchase Decision*

الملخص

راية رمضان. رقم تعريف الطالب: 1808204062 ، "تأثير الدين وجودة المنتج والسعر على قرار شراء مستحضرات التجميل وردة أطروحة ، 2022

الحاجة هي حالة من الشعور بالحرمان من بعض الإشباع الأساسي. يتم إنشاء البشر ليكون لديهم خصائص مختلفة مع مستويات مختلفة من الاحتياجات من أجل الحفاظ على بقائهم. الاحتياجات هي كل شيء للإنسان لتحقيق رفاهية حياته. تجعل الظروف البشرية والطبيعة لكل فرد احتياجات مختلفة. تختلف احتياجات الأطفال عن احتياجات الكبار ، وتختلف احتياجات النساء عن احتياجات الرجال. بالنسبة للنساء ، تعد الحاجة إلى المظهر أمرًا مهمًا للغاية ، لأن النساء يرغبن دائمًا في الظهور بمظهر جميل أمام الآخرين. إن الحاجة إلى أن تبدو المرأة جميلة كما تريد تخلق إمكانات سوقية ضخمة في صناعة مستحضرات التجميل.

استخدمت هذه الدراسة أسلوب البحث الكمي مع عينة من 68 مستجيباً ، واستخدمت العينة في هذه الدراسة أسلوب أخذ العينات هادفة (عينات ذات معايير معينة) ، وكانت معايير العينة المشمولة في هذه الدراسة من طالبات الأعوام 2018 و 2019 و 2020 و 2021. فصول للإثبات والتحليل لهذا السبب ، يتم استخدام اختبارات الصلاحية ، واختبارات الموثوقية ، واختبارات الافتراض الكلاسيكية ، والاختبارات الخطية المتعددة ، والاختبارات (المتزامنة) باستخدام f 1 (الجزئية) و SPSS 2022 الإصدار.

مقبولة. بناءً على نتائج (Y) على قرار شراء منتجات وردة (X3) والسعر (X2) وجودة المنتج (X1) التدين F> ، بحيث يكون (2.17) F المحسوبة (14.097) وجدول F البحث الذي تم إجراؤه ، تم الحصول على قيم لذلك يمكن .Ha ويتم قبول Ho العد <0.1 ثم يتم رفض .Sig مع مستوى معنوية (0.000) أو F جداول الاستنتاج أن المتغيرات التي تؤثر على التدين وجودة المنتج والسعر في نفس الوقت أو في وقت واحد لها تأثير كبير على قرارات الشراء لمنتجات وردة ، وهذا يتماشى مع البحث الذي أجرته (سيندي أيو براساتي ومارلينا إكاواتي ، 2022) لها تأثير كبير على قرارات الشراء (X3) والسعر (X2) وجودة المنتج (X1) في وقت واحد. التدين

الكلمات المفتاحية: التدين ، جودة المنتج ، السعر ، قرار الشراء

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Oleh :
Panji Ramadhan
NIM : 1808204062

Pembimbing :

Pembimbing I	Pembimbing II
Moh. Mabruri Faozi, MA.	**Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si**
NIP. 19780205 201101 1 004	**NIP. 19730107 200901 2 001**

Mengetahui :
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. Lavaman, M.Si.
NIP. 19721007 201101 1 002

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Panji Ramadhan, NIM : 1808204062** dengan judul **"PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH".** Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menyetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Moh. Mabruri Faozi, MA.	**Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si**
NIP. 19780205 201101 1 004	**NIP. 19730107 200901 2 001**

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. Lavaman, M.Si.
NIP. 19721007 201101 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang bertemakan sebagai berikut: **"PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH",** oleh **Panji Ramadhan**, NIM: 1808204062, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam pada tanggal 09 Maret 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang	Sekretaris Sidang
Dr. Lavaman, M.Si.	**H. Achmad Otong Busthomi Lc.,M.Ag**
NIP. 19721007 201101 1 002	**NIP. 19731223 200701 1 022**

Penguji I,	Penguji II,
Eef Saefulloh, M.Ag	**lla Navilah, S.Sos., M.E.Sy**
NIP. 1976312 200312 1 003	**NIP. 3201705 19860223 2 01**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Panji Ramadhan

NIM : 1808204062

Tempat Tanggal Lahir : Karawang, 31 Desember 1999

Alamat : KP Sukamaju RT 05 RW 07 Kecamatan Ciseureuh Kabupaten Purwakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH"** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Purwakarta, 3 Maret 2023
Saya yang menyatakan

Panji Ramadhan
NIM. 1808204062

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Panji Ramadan yang dilahirkan di Purwakarta pada tanggal 31 Desember 1999. Penulis anak kedua dari 5 bersaudara dari pasangan Bapak Adi Kurdi dan Ibu Airah Rahmawati. Penulis tumbuh dan besar di Purwakarta yang beralamat di RT 05 RW 07 Kelurahan Ciseureuh Kecamatan Purwakarta Kabupaten Purwakarta, Jawa barat.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah:

1. SDN 09 Ciseureuh
2. SMPN 7 Purwakarta
3. SMAN 1 Bungursari

Penulis mengikuti program pendidikan S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi : **"PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH"** dibawah bimbingan Bapak Moh Mabruri Faozi, MA dan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

KATA PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat saya kasihi dan sayangi yaitu kedua orang tua adik dan keluarga besar saya yang selalu memberikan kasih sayang memberi segala dukungan dan selalu mendoakan untuk kebaikan saya. Karya sederhana ini sebagai tanda bukti dan rasa terima kasih yang tak terhingga untuk segala kasih sayang dukungan dan doa yang tak mungkin dapat saya balas. Semoga karet ini dapat menjadi suatu hal yang membanggakan untuk kalian semua.

Terima kasih Bapak dan mamih yang selalu memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya selalu memotivasi dan mendoakan saya. Semoga segera hal baik yang telah dilakukan dapat mendapatkan balasan kebaikan juga dari Allah terima kasih.

Terima kasih untuk semua teman-teman yang memberikan doa dukungan secara moral maupun moral terima kasih untuk semua teman-teman yang senantiasa selalu menemani dan mendoakan

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah memberikan limpahan rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI).

Pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat adanya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI).
3. Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
6. Bapak Moh Mabruri Faozi, MA selaku pembimbing skripsi I (satu) yang telah memberikan arahan dan pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si selaku pembimbing skripsi II (dua) yang telah memberikan arahan dan pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak penyusun sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih dan semoga segala kebaikannya mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT Aamiin.

Purwakarta, 3 Maret 2023

Penulis

Panji Ramadhan

NIM: 1808204062

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
الملخص iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI iv
NOTA DINAS v
LEMBAR PENGESAHAN vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP viii
KATA PERSEMBAHAN ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI xvii
BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Perumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 11
E. Sistematika Penulisan 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13

A. Religiusitas 13
   a. Definisi Religiusitas 9
   b. Karakteristik Religiusitas 13
   c. Fungsi Religiusitas 14
   d. Indikator Religiusitas 15
   e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas 16
B. Kualitas Produk 17
   1. Definisi Kualitas Produk 17
   2. Tujuan Kualitas Produk 17
   3. Unsur-Unsur Kualitas Produk 18
   4. Perspektif Tehadap Kualitas Produk 19
   5. Dimensi Kualitas Produk 20

6. Indikator Kualitas Produk 21
C. Harga 22
1. Definisi Harga 22
2. Tujuan Penetapan Harga 23
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga 24
4. Indikator Harga 26
D. Keputusan Pembelian 26
1. Definisi Keputusan Pembelian 26
2. Tipe-Tipe Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan 27
3. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan 28
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 28
5. Indikator Keputusan Pembelian 28
E. Penelitian Terdahulu 30
F. Kerangka Pemikiran 40
G. Hipotesis 43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 45

A. Tempat dan Waktu Penelitian 45
B. Metode Penelitian 45
C. Definisi Operasional Variabel 46
D. Populasi dan Sampel 50
E. Sumber Data 54
F. Teknik Pengumpulan Data 54
G. Metode Analisis Data 55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 60
B. Karakteristik Responden 65
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian 68
D. Hasil Uji Asumsi Klasik 72
E. Analisis Regresi Linier Berganda 77
F. Hasil Uji Hipotesis 79
G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 83
H. Pembahasan 84

BAB V PENUTUP 88

1. Kesimpulan 88
2. Saran-saran 89

DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN-LAMPIRAN 95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2
Tabel 1.2 Frekuensi Belanja Online Masyarakat Indonesia 4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 40
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 59
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan 59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 62
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 63
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskripsi Variabel Market Place Tokopedia (X1) 64
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X2) 68
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y) 71
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif 73
Tabel 4.9 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov 75
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonearitas 76
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Market Place Tokopedia(X1) 78
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup (X2) 79
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 79
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi 80
Tabel 4.15 Hasil Uji t Persial 82
Tabel 4.16 Hasil Uji F Simultan 83

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 35

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Probability Plot 74
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi.....94
Lampiran 2 - Produk-Produk Wardah.....95
Lampiran 3 – Lembar Kuesioner 106
Lampiran 4 – Jawaban Responden..... 111
Lampiran 5 – Tabel r untuk df = 51 - 100..... 119
Lampiran 6 – Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilitas 120
Lampiran 7 – Titik Persentase Distribusi t 121
Lampiran 8 – Uji Multikolinearitas 122
Lampiran 9 – Uji Normalitas 127