

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
RE-BUYING PRODUK SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



OLEH:

NOPI NATISAH

NIM. 2008204117

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Nopi Natisah (2008204117): Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Re-Buying Produk Skincare Lokal pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Skincare lokal menjadi salah satu *beauty product* yang sedang diminati banyak kalangan. *Brand-brand* kecantikan lokal bersaing satu sama lain membuat strategi untuk mewujudkan produk kecantikan lokal berkualitas dan memiliki popularitas tinggi yang bisa menarik minat banyak konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana pengaruh *brand ambassador*, *brand image* dan promosi terhadap keputusan *re-buying* produk *skincare* lokal pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan ataupun pengaruh antara dua variabel atau lebih serta menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon terdiri dari 4 jurusan yang berjumlah 1.714 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Taro Yamane*, diperoleh sampel sebesar 94 responden. *Cluster sampling* digunakan untuk menentukan jumlah masing-masing sampel berdasarkan tingkat jurusan. Penentuan kriteria responden menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* memiliki nilai signifikansi $0.003 < 0.05$ artinya *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *re-buying*, variabel *brand image* memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *re-buying* dan variabel promosi memiliki nilai signifikansi $0.004 < 0.05$ artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan *re-buying* serta secara simultan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya *brand ambassador*, *brand image* dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan *re-buying* produk *skincare* lokal pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Promosi, Keputusan Re-Buying.*

ABSTRACT

Nopi Natisah (2008204117): *Factors Influencing the Decision to Re-Buying Local Skincare Products at Students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon.*

Local skincare is one of the beauty products that are in demand by many people. Local beauty brands compete with each other to create strategies to realize quality and highly popular local beauty products that can attract many consumers. The purpose of this study is to analyze how the influence of brand ambassadors, brand image and promotion on the decision to re-buy local skincare products in students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

This research uses an associative approach which aims to determine the relationship or influence between two or more variables and uses a quantitative methods. The population in the study was students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon consisting of 4 majors totaling 1,714 people. The sampling technique using the Taro Yamane formula, obtained a sample of 94 respondents. Cluster sampling is used to determine the number of each sample based on the level of major. Determination of respondent criteria using purposive sampling method.

The results showed that the brand ambassador variable has a significance value of $0.003 < 0.05$ meaning that the brand ambassador has a significant effect on re-buying decisions, the brand image variable has a significance value of $0.000 < 0.05$ meaning that brand image has a significant effect on re-buying decisions and the promotion variable has a significance value of $0.004 < 0.05$ meaning that promotion has a significant effect on re-buying decisions and simultaneously has a significance value of $0.000 < 0.05$ means that brand ambassador, brand image and promotion together have a significant influence on the decision to re-buy local skincare products for students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Promotion, Re-Buying Decision.*

المخلص

نوبي ناتيساه (2008204117): العوامل المؤثرة على قرار إعادة شراء منتجات العناية بالبشرة المحلية لدى طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

العناية بالبشرة المحلية هي واحدة من منتجات التجميل التي يطلبها الكثير من الناس. تتنافس ماركات التجميل المحلية مع بعضها البعض لإنشاء استراتيجيات لتحقيق منتجات التجميل المحلية عالية الجودة والشعبية للعناية والتي يمكن أن تجذب العديد من المستهلكين. الغرض من هذه الدراسة هو تحليل كيفية تأثير سفراء العلامة التجارية وصورة العلامة التجارية والترويج لها على قرار إعادة شراء منتجات العناية بالبشرة المحلية لدى طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

تستخدم هذه الدراسة نوعاً من البحث التراكمي الذي يهدف إلى تحديد العلاقة أو التأثير بين متغيرين أو أكثر ويستخدم نهجاً كمياً. كان السكان في الدراسة من طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية IAIN Syekh Nurjati Cirebon المكونة من 4 تخصصات يبلغ مجموعها 1714 شخصاً. حصلت تقنية أخذ العينات باستخدام صيغة *Taro Yamane* على عينة من 94 مستجيباً. يتم استخدام أخذ العينات العنقودية لتحديد عدد كل عينة بناءً على مستوى التخصص. تحديد معايير المستجيبين باستخدام طريقة أخذ العينات الهادفة.

أظهرت النتائج أن متغير سفير العلامة التجارية له قيمة دلالية $0.05 > 0.003$ بمعنى أن سفير العلامة التجارية له تأثير معنوي على قرارات إعادة الشراء ، متغير صورة العلامة التجارية له قيمة دلالية $0.05 > 0.000$ بمعنى أن صورة العلامة التجارية لها تأثير معنوي على قرارات إعادة الشراء ومتغير الترويج له قيمة دلالية $0.05 > 0.004$ بمعنى أن الترويج له تأثير كبير على قرارات إعادة الشراء وفي نفس الوقت له قيمة دلالية $0.05 > 0.000$ يعني أن سفير العلامة التجارية وصورة العلامة التجارية والترويج معاً لها تأثير كبير على قرار إعادة شراء منتجات العناية بالبشرة المحلية لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

الكلمات البحث: سفير العلامة التجارية ، صورة العلامة التجارية ، الترويج ، قرار إعادة الشراء.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
RE-BUYING PRODUK SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWI**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.

NIP. 19731125 201411 1 002

Afiqoh Agustin, S.E.L., M.E.Sy.

NIP. 19850918 202012 2 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

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

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **NOPI NATISAH, NIM: 2008204117** dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Re-Buying Produk Skincare Lokal pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon**". Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.

NIP. 19731125 201411 1 002

Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.

NIP. 19850918 202012 2 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Buschomi, Lc., M.Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nopi Natisah
NIM : 2008204117
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 20 Mei 2003
Alamat : Blok Pekuwon RT. 01 RW. 01 Kel. Kemantren
Kec. Sumber Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN RE-BUYING PRODUK SKINCARE LOKAL PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** 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 resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 07 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Nopi Natisah

NIM. 2008204117

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan hamdalah dan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berharga ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dan panutan seluruh umatnya. Dengan segala kerendahan hati, rasa haru dan bahagia, saya persembahkan karya sederhana ini sebagai bukti ketulusan, cinta kasih dan rasa hormat tak terhingga kepada:

Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Mamah yang selalu memberikan doa, tenaga, materi, motivasi, kepercayaan serta waktu yang tiada henti demi keberhasilan dan kesuksesan putri sulungmu. Terima kasih yang tak terhingga dari dalam hati dengan tulus dan rasa syukur atas segala pengorbanan yang telah Bapak dan Mamah berikan dengan penuh keikhlasan, doa yang selalu mengiringi setiap langkah dan pencapaian yang telah ditempuh hingga sampai dititik ini serta dukungan dan kepercayaan bahwa putrimu akan berhasil dan bisa mengangkat derajat keluarga. Semoga ini menjadi langkah baru untuk bisa membuat kalian bahagia dan bangga terhadap putri sulungmu ini.

Selanjutnya, saya persembahkan keberhasilan ini untuk adik tercinta, Made, Bapande, Budhe dan Padhe serta keluarga besar yang selalu mendoakan, mendukung dan memotivasi saya. Tidak lupa pula, ucapan terimakasih untuk dosen pembimbing 1 dan 2, ketua jurusan dan seluruh dosen serta staff jurusan Ekonomi Syariah yang telah membimbing, mendidik, mengarahkan dan memberikan ilmunya. Untuk teman-teman seperjuangan digrup ciwi-ciwi sukses, kelas 8/D dan teman seperbimbingan dan sepermainan. Terakhir untuk diri saya sendiri, Nopi Natisah terima kasih banyak sudah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini, terima kasih untuk tidak menyerah dan bisa bertahan serta menyenangkan diri sendiri dengan hal-hal kecil demi keberlangsungan proses penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Bismillah semoga segala kesuksesan yang dicita-citakan bisa terwujud satu demi satu atas ridho Allah SWT dan semoga senantiasa berada dalam lindungan-Nya.

MOTTO

“(Yaitu) Yang Maha Pengasih (dan) berkuasa atas ‘Arsy.”

-Q.S Thaha [20] ayat 5.

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

-Q.S Al-Insyirah [94] ayat 5-6.

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

-Q.S Ar-Rahman [55] ayat 13.

“Tidak ada rasa bersalah yang dapat mengubah masa lalu dan tidak ada kekhawatiran yang dapat mengubah masa depan.”

-Umar Bin Khattab

“Hidup hanyalah jalan yang penuh dengan usaha.”

-Byun Baekhyun

“Mari kita hidup sambil melakukan hal-hal yang kita sukai.”

-Oh Sehun

“Jika kamu ingin impianmu menjadi kenyataan, maka impikanlah mimpi itu. Mengingatnya dan membuat rencana untuk mencapainya. Jika kamu melangkah selangkah demi selangkah impianmu akan menjadi kenyataan.”

-Lee Haechan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Cirebon pada tanggal 20 Mei 2003. Dengan penuh harapan dan doa baik, penulis diberi nama Nopi Natisah yang berperan sebagai anak perempuan pertama dari dua bersaudara, dibesarkan dengan kasih sayang dan cinta oleh pasangan Bapak Toha dan Ibu Suniah. Penulis tinggal di Blok Pekuwon RT. 01 RW. 01 Kel. Kemantren Kec. Sumber Kab. Cirebon.

Jenjang pendidikan yang ditempuh yaitu:

1. SD Negeri 1 Kemantren (2008-2014)
2. SMP Al-Washliyah Sumber (2014-2017)
3. MA Negeri 1 Cirebon (2017-2020)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN *RE-BUYING* PRODUK *SKINCARE* LOKAL PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** di bawah bimbingan Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si. dan Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.

Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan yaitu karya tulis ilmiah berupa skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan dan di waktu yang tepat. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan penerangan untuk seluruh umat Islam. Semoga kita senantiasa menjadi umat yang mendapatkan syafaatnya hingga *yaumul akhir*. Aamiin.

Skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Re-Buying Produk Skincare Lokal pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon”** ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Segala syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena telah menghadirkan orang-orang yang berharga disekeliling penulis. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati serta iringan doa dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc,M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah sekaligus dosen pembimbing I yang telah mendidik, membimbing, memotivasi, memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini. Terima kasih banyak atas waktu, pikiran dan tenaga yang telah diberikan kepada penulis dengan ikhlas
5. Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I, M.E.Sy selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing, memotivasi, memberikan saran dan arahan kepada penulis

dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini. Terima kasih banyak atas waktu, pikiran dan tenaga yang telah diberikan kepada penulis dengan ikhlas selama ini

6. Seluruh dosen dan staff jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan motivasi penulis. Terima kasih atas didikan dan dedikasinya selama masa perkuliahan
7. Kedua orang tua tercinta. Bapak Toha dan Ibu Suniah yang telah memberikan doa, dukungan, materi, motivasi, pengorbanan waktu dan tenaga yang begitu banyak. Penulis bersyukur mempunyai orang tua seperti Bapak dan Mamah yang selalu memberikan kepercayaan dan pengertiannya kepada anak pertamanya ini, sehingga sekarang bisa menjadi seorang sarjana ekonomi. Terima kasih untuk segala usaha, doa dan pelukan untuk anaknya
8. Made, Bapande, Budhe dan Padhe penulis. Terima kasih telah memberikan doa, dukungan serta motivasi sehingga penulis semangat untuk menyelesaikan pendidikan ini
9. Segenap keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan dan hiburan sehingga penulis menikmati hari-hari untuk bisa segera menyelesaikan sarjana tepat waktu
10. Wiwin Aniyah selaku adik tercinta dan tercantik penulis yang selalu menghibur, mendukung, memberikan doa, pelukan dan pengertian. Terima kasih sudah menjadi adik yang menyenangkan
11. Sahabat-sahabat selama perkuliahan ‘ciwi-ciwi sukses’. Anggun Afifah, Dini Kristianti, Feronia Azhari D.A, Noer Fadjriyah, Oom Komariyah dan Sri Rahmawati yang telah kebersamai, menemani, berjuang, berproses dan berprogres bersama dari awal semester hingga akhir. Terima kasih atas senda gurau, kalimat semangat dan baik lainnya, bantuan dan semuanya. Semoga kelak kesuksesan dan kebahagiaan menghampiri kita semua. Aamiin.
12. Teman seperjuangan dan seperbimbingan. Nissa Aprilia, Salsabilah Fejrinaningtias A, Maripah, Bintang dan Yunita yang telah kebersamai, memberikan masukan dan arahan serta menjadi teman diskusi. Terima kasih atas segala bantuan dan ketersediannya

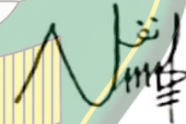
13. Keluarga besar Ekonomi Syariah kelas D angkatan 2020 yang sudah berjuang dan bertahan bersama selama empat tahun lamanya dalam perkuliahan
14. Teman-teman KKN TBM 92 terutama Rhegina Nanda A, Nurannisa Khumaeroh A dan Inas Baroah. Terima kasih telah kebersamaan penulis sejak masa KKN hingga saat ini
15. Diri saya sendiri. Nopi Natisah, terima kasih sudah berjuang dan bertahan selama ini. Terima kasih sudah selalu percaya pada kemampuan dirimu sendiri, semoga ini bukan akhir dari jenjang pendidikan tinggi yang kamu tempuh
16. Terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu penulis menyusun karya tulis ilmiah berupa skripsi ini namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

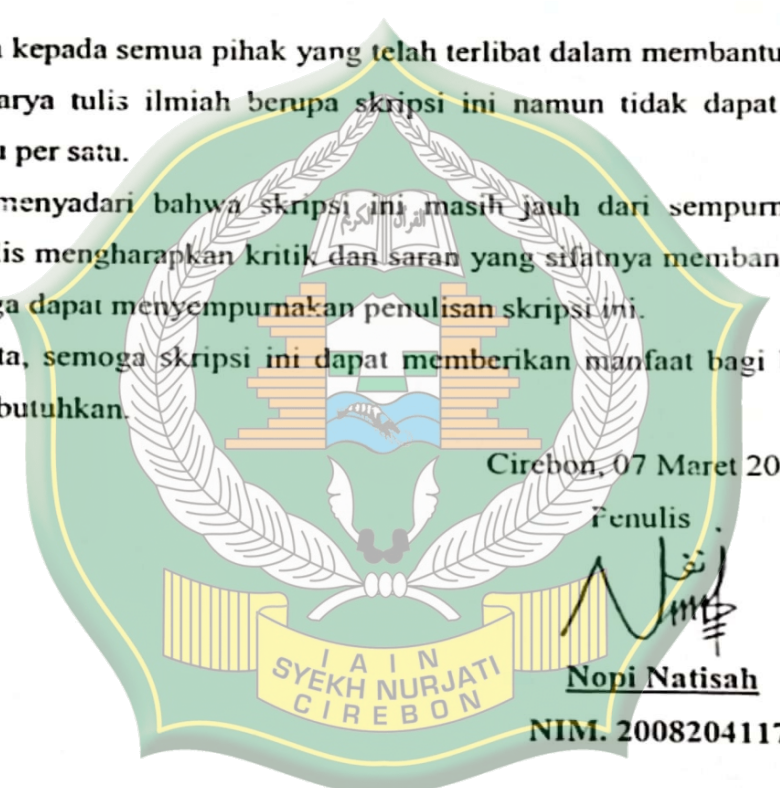
Cirebon, 07 Maret 2024

Penulis



Nopi Natisah

NIM. 2008204117



DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| المخلص | iii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iv |
| NOTA DINAS | v |
| LEMBAR PENGESAHAN | vi |
| PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI | vii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | viii |
| MOTTO | ix |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | x |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | xix |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 11 |
| C. Batasan Masalah..... | 11 |
| D. Perumusan Masalah | 12 |
| E. Tujuan Penelitian | 12 |
| F. Manfaat Penelitian | 13 |
| G. Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II | 15 |
| KAJIAN TEORI | 15 |
| A. <i>Theory Of Planned Behaviour</i> | 15 |
| B. Keputusan Pembelian Ulang (<i>Re-Buying</i>) | 18 |

| | |
|---|-----------|
| C. <i>Brand</i> (Merek)..... | 23 |
| D. <i>Brand Ambassador</i> | 26 |
| E. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)..... | 30 |
| F. Promosi | 33 |
| G. Penelitian Terdahulu | 36 |
| H. Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| I. Pengembangan Hipotesis | 42 |
| BAB III..... | 45 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 45 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian | 45 |
| B. Metode dan Pendekatan Penelitian | 45 |
| C. Populasi dan Sampel Penelitian | 46 |
| D. Sumber Data..... | 48 |
| E. Definisi Operasional Variabel..... | 49 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 57 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 58 |
| BAB IV | 67 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 67 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 67 |
| 1. Profil Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam | 67 |
| 2. <i>Skincare</i> Lokal..... | 69 |
| 3. <i>Brand Skincare</i> Lokal..... | 69 |
| B. Karakteristik Responden | 75 |
| 1. Karakteristik Menurut Usia | 76 |
| 2. Karakteristik Menurut Domisili | 76 |
| 3. Karakteristik Menurut Jurusan | 78 |
| 4. Karakteristik Menurut Uang Saku..... | 79 |
| 5. Karakteristik Menurut <i>Brand</i> | 80 |
| 6. Karakteristik Menurut Jumlah Pembelian Ulang (<i>Re-Buying</i>)..... | 81 |
| C. Distribusi Frekuensi Variabel | 82 |
| 1. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_1)..... | 82 |

| | | |
|--------------------------------|---|------------|
| 2. | Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)..... | 84 |
| 3. | Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X_3) | 86 |
| 4. | Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan <i>Re-Buying</i> (Y)..... | 88 |
| D. | Statistika Deskriptif..... | 91 |
| E. | Hasil Penelitian | 92 |
| 1. | Hasil Uji Instrumen | 92 |
| 2. | Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 95 |
| 3. | Hasil Uji Korelasi Parsial | 99 |
| 4. | Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 101 |
| 5. | Hasil Uji Hipotesis | 102 |
| 6. | Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 105 |
| F. | Pembahasan Penelitian..... | 106 |
| BAB V | | 118 |
| PENUTUP | | 118 |
| A. | Kesimpulan | 118 |
| B. | Saran..... | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 120 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 128 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 36 |
| Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi Tiap Jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam..... | 46 |
| Tabel 3.2 Pembagian Sampel Penelitian..... | 48 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel..... | 49 |
| Tabel 3.4 Skala Pengukuran Kuesioner | 57 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Usia | 76 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Domisili | 77 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Jurusan | 78 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Uang Saku..... | 79 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut <i>Brand</i> | 80 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pembelian Ulang <i>Re-Buying</i> | 81 |
| Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i> | 82 |
| Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i> | 84 |
| Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Promosi..... | 86 |
| Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keputusan <i>Re-Buying</i> ... | 88 |
| Tabel 4.11 Statistika Deskriptif..... | 91 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1) | 92 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2) | 93 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Promosi (X3)..... | 93 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Keputusan <i>Re-Buying</i> (Y) | 94 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y..... | 94 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas | 95 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas | 96 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 97 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Linieritas <i>Brand Ambassador</i> (X1) | 98 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Linieritas <i>Brand Image</i> (X2) | 98 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Linieritas Promosi (X3)..... | 99 |
| Tabel 4.23 Uji Korelasi Parsial | 100 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 101 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji F Simultan | 103 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji T Parsial..... | 104 |
| Tabel 4.27 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) | 106 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik dan <i>Skincare</i> di Indonesia 2010-2023..... | 2 |
| Gambar 1.2 Jenis Produk <i>Skincare</i> Paling Banyak Disukai Perempuan Indonesia 3 | |
| Gambar 1.3 <i>Top 10 Brand Serum</i> Wajah Terlaris 2022 di <i>Marketplace</i> | 4 |
| Gambar 1.4 Hasil Survei Pra-Penelitian Pengguna <i>Skincare</i> Lokal pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam..... | 9 |
| Gambar 1.5 Hasil Survei Pra-Penelitian Pengguna <i>Skincare</i> Lokal pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam..... | 10 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 41 |
| Gambar 4.1 <i>Founder & Brand Ambassador Scarlett</i> | 68 |
| Gambar 4.2 Produk & <i>Brand Ambassador Somethinc</i> | 69 |
| Gambar 4.3 Produk & <i>Brand Ambassador Azarine</i> | 71 |
| Gambar 4.4 Produk & <i>Brand Ambassador Whitelab</i> | 72 |
| Gambar 4.5 Diagram Usia..... | 74 |
| Gambar 4.6 Diagram Domisili..... | 75 |
| Gambar 4.7 Diagram Jurusan..... | 76 |
| Gambar 4.8 Diagram Uang Saku | 77 |
| Gambar 4.9 Diagram <i>Brand</i> | 78 |
| Gambar 4.10 Diagram <i>Re-Buying</i> | 79 |

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor: 158 Tahun 1987 dan nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ṣa | Ṣ | Es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | Ḥ | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan Ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ḍal | Ḍ | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|-----------------------------|
| ش | Syin | SY | Es dan Ye |
| ص | Ṣad | Ṣ | Es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | Ḍ | De (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | Ṭ | Te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | Ẓ | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | `ain | ` | Koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | A | A |
| ِ | Kasrah | I | I |
| ُ | Dammah | U | U |

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|----------------|-------------|---------|
| أَيّ | Fathah dan ya | Ai | a dan u |
| أَوْ | Fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوَّلَ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| بَا تَى | Fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis di atas |
| بِى | Kasrah dan ya | ī | i dan garis di atas |
| بُو | Dammah dan wau | ū | u dan garis di atas |

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : amrā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtū

D. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu:

1. *Ta' marbutah* hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah dan dhamah, transliterasinya adalah “t”.

2. *Ta' marbutah* mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka, *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudhatul al-atfāl

الْمَدِينَةُ الْفَضِيلُ : fadilah-madinah al- al al-madīnah al

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda seperti tanda *syaddah* atau *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا : rabbana

نَجَّيْنَا : najjaina

الْحَقُّ : al-haqq

الْحَجُّ : al-hajj

نُعَمُّ : nu'ima

عَدُوٌّ : 'aduwwun

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (=), maka ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah*.

Contoh:

عَلِيٌّ : Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu *ال*, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf "l" diganti huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الشَّمْسُ : asy-syamsu

الرَّجُلُ : ar-rajulu

القَلَمُ : al-qalamu

الْجَلِيلُ : al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun, hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara, hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'muruna

سَيِّعٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'

إِنَّ : inna

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembedahan bahasa Indonesia atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Mislanya kata Alquran (dari al-Qur'ān), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut

menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka, mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

I. Lafz Al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasikan tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : dinullah

Adapun, *ta'marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : hum fi rahmatillah

J. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Jika nama diri itu didahului oleh kata sandang maka, yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Alhamdu lillāhi rabbil ālamīn

Ar-rahmānir rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap. Demikian, kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Allāhu gafūrun rahīm

Lillahi al-amru jami'an.