

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN
Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :

Salsabila Uswatun Hasanah

NIM : 2008204085

KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1446 H / 2024 M

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN
Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1446 H / 2024 M

ABSTRAK

Salsabila Uswatun Hasanah (2008204085): Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Make Over (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Make Over merupakan brand kosmetik lokal yang selalu menarik perhatian banyak orang dan sudah menjadi salah satu produk yang sudah go internasional. Make Over yang didirikan oleh seorang pengusaha kosmetik asal Indonesia melalui PT. Paragon Technology and Innovation yang diproduksi di dalam negeri sejak tahun 2003. Make Over yang menawarkan berbagai produk kecantikan dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan pembelian, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Make Over Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif ini melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang pendapat orang atas sebuah isu atau topik. Kemudian, populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon terdiri dari 11 jurusan yang berjumlah 1.802 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *slovin* dan diperoleh sampel sebesar 95 responden dengan *cluster sampling* untuk memnetukan jumlah masing-masing sampel berdasarkan tingkat jurusan. Kemudian, teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* sebagai teknik penentuan berdasarkan kriteria tertentu dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang langsung diperoleh dari sampel dengan jumlah 95 orang serta data sekunder bersumber dari jurnal, artikel dan lain sebagainya. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan pembelian memiliki nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ artinya kemudahan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi $0.663 > 0.05$ artinya kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga memiliki nilai signifikansi $0.857 > 0.05$ artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta secara simultan memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya kemudahan pembelian, kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Make Over pada mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Kata Kunci: Kemudahan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Salsabila Uswatun Hasanah (2008204085): Factors that Influence Decisions to Purchase Make Over Products (Case Study of Students of the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Make Over is a local cosmetics brand that always attracts the attention of many people and has become one of the products that has gone international. Make Over was founded by a cosmetics entrepreneur from Indonesia through PT. Paragon Technology and Innovation, which has been produced domestically since 2003. Make Over which offers various beauty products with good quality and affordable prices. The aim of this research is to find out how ease of purchase, product quality, price and promotion influence the decision to purchase Make Over products among female students at the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

This research uses a descriptive method with a quantitative approach. This descriptive method involves collecting data to test hypotheses or answer questions about people's opinions on an issue or topic. Then, the population in this study was students from the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, consisting of 11 departments, totaling 1,802 people. The sampling technique used was slovin and a sample of 95 respondents was obtained with cluster sampling to determine the number of each sample based on department level. Then, the sampling technique used was purposive sampling as a determination technique based on certain criteria in this research.

The data used in this research is primary data directly obtained from a sample of 95 people and secondary data sourced from journals, articles and so on. Then the data analysis technique used was multiple linear regression analysis and research results were obtained which showed that the ease of purchase variable had a significance value of $0.001 < 0.05$, meaning that ease of purchase had a significant effect on purchasing decisions, the product quality variable had a significance value of $0.663 > 0.05$, meaning that product quality had no effect. significant to purchasing decisions, the price variable has a significance value of $0.857 > 0.05$, meaning that price has no significant effect on purchasing decisions and the promotion variable has a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that promotion has a significant effect on purchasing decisions and simultaneously has a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that ease of purchase, product quality, price and promotion together have a significant influence on purchasing decisions for Make Over products among students at the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Keywords: *Ease of Purchase, Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*

الملخص

سلسلة أسواتون حسنة (٢٠٠٨٢٠٤٠٨٥): العوامل التي تؤثر على قرارات شراء المنتجات التجميلية (دراسة حالة لطالبات كلية التربية وتدريب المعلمين IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

ميك أوفر هي علامة تجارية محلية لمستحضرات التجميل تجذب دائمًا انتباه الكثير من الأشخاص وأصبحت أحد المنتجات التي أصبحت عالمية. تأسست شركة Make Over على يد رجل أعمال في مجال مستحضرات التجميل من إندونيسيا من خلال شركة PT. نموذج التكنولوجيا والابتكار الذي تم إنتاجه محليًا منذ عام ٢٠٠٣. تقدم شركة Make Over العديد من منتجات التجميل ذات الجودة الجيدة والأسعار المعقولة. الهدف من هذا البحث هو معرفة مدى تأثير سهولة الشراء وجودة المنتج والسعر والترويج على قرار شراء منتجات Make Over بين الطالبات في كلية التربية وتدريب المعلمين IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي مع المنهج الكمي. يتضمن هذا الأسلوب الوصفي جمع البيانات لاختبار الفرضيات أو الإجابة على أسئلة حول آراء الناس حول قضية أو موضوع ما. بعد ذلك، كان المجتمع في هذه الدراسة طلابًا من كلية التربية وتدريب المعلمين، IAIN Syekh Nurjati Cirebon، والتي تتكون من ١١ قسمًا، بإجمالي ٨٠٢ شخصًا. كانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي السلوينية وتم الحصول على عينة مكونة من ٥٩ مستجيبًا باستخدام العينات العنقودية لتحديد عدد كل عينة على أساس مستوى القسم. ومن ثم، كانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ العينات الهادفة كأسلوب تحديد يعتمد على معايير معينة في هذا البحث.

البيانات المستخدمة في هذا البحث هي بيانات أولية تم الحصول عليها مباشرة من عينة مكونة من ٥٩ شخصًا وبيانات ثانوية مصدرها المجالات والمقالات وما إلى ذلك. ثم كانت تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تحليل الانحدار الخطي المتعدد وتم الحصول على نتائج البحث التي أظهرت أن متغير سهولة الشراء له قيمة دلالة $0,001 < 0,05$ ، مما يعني أن سهولة الشراء كان لها تأثير كبير على قرارات الشراء، متغير جودة المنتج. كانت قيمة دلالة $0,000 < 0,05$ ، مما يعني أن جودة المنتج لم يكن لها تأثير كبير على قرارات الشراء، وكان لمتغير السعر قيمة دلالة $0,000 < 0,05$ ، مما يعني أن السعر ليس له تأثير كبير على قرارات الشراء وأن متغير الترويج له أهمية. بقيمة $0,000 < 0,05$ ، مما يعني أن الترويج له تأثير كبير على قرارات الشراء ولها قيمة دلالة في الوقت نفسه تبلغ $0,000 < 0,05$ ، مما يعني أن سهولة الشراء وجودة المنتج والسعر والترويج معًا لها تأثير كبير على قرارات الشراء لمنتجات Make Over بين الطلاب في كلية التربية وتدريب المعلمين، IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

الكلمات البحث: سهولة الشراء، جودة المنتج، السعر، الترويج، قرارات الشراء

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER (STUDI KASUS PADA
MAHASISWI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN 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

Oleh:


SALSABILA USWATUN HASANAH

NIM.2008204085

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022


Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.
NIP. 19850918 202012 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 Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Salsabila Uswatun Hasanah, NIM : 2008204085 dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022


Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.
NIP. 19850918 202012 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,




Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)”, oleh Salsabila Uswatun Hasanah dengan NIM. 2008204085, telah diajukan dalam sidang *munaqosyah* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 16 Desember 2024.

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 16 Desember 2024

Sidang Munaqosyah:

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Achmad Otong Basthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

H. Syaeful Bakhri, S.E, M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy
NIP. 19890421202012 1 006

Moh. Mubturi Faozi, MA
NIP. 1978020520110110004

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabila Uswatun Hasanah

NIM : 2008204085

Tempat, Tanggal Lahir : Subang, 20 November 2001

Alamat : Dsn. Karang Cegak RT.07 RW.03 Kel. Cidahu
Kec. Pagaden Barat Kab. Subang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER (STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN 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 risiko 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, 16 Desember 2024

Saya yang menyatakan,



Salsabila Uswatun Hasanah

NIM. 2008204085

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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 dan keluarga besar saya yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi motivasi untuk saya. Tidak lupa ucapan terimakasih untuk dosen pembimbing 1 dan 2, ketua jurusan dan seluruh dosen serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah membimbing, mendidik dan memberikan ilmunya. Terakhir untuk diri saya sendiri, Salsabila Uswatun Hasanah 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

“ Jika Anda berpikir sudah sempurna, maka Anda tidak pernah menjadi
seseorang”

-Cristiano Ronaldo



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Subang pada tanggal 20 November 2001. Dengan penuh harapan dan doa baik, penulis diberi nama Salsabila Uswatun Hasanah yang berperan sebagai anak perempuan pertama dari tiga bersaudara, dibesarkan dengan penuh kasih sayang dan cinta oleh pasangan Bapak Agus Muslim dan Ibu Imas Solihat. Penulis tinggal di Dsn. Karang Cegak RT. 07 RW. 03 Kel. Cidahu Kec. Pagaden Barat Kab. Subang.

Jenjang pendidikan yang di tempuh yaitu:

1. TK/ RA Al-Ihya (2006-2008)
2. SD Negeri Karang Cegak (2008-2014)
3. MTs YPPA Cipulus Purwakarta (2014-2017)
4. MA YPPA Cipulus Purwakarta (2017-2020)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKE OVER (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”** di bawah bimbingan Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc,M.Ag. dan Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy. Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cirebon, 11 Desember 2024

Salsabila Uswatun Hasanah

NIM. 2008204085

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Alhamdulillah wa syukurillah, puji sukur kehadirat 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, serta 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 Pembelian Produk Make Over (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan 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 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
4. 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

5. Seluruh dosen dan staff jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan motivasi penulis. Terima kasih atas didikan dan dedikasinya selama masa perkuliahan
6. Kedua orang tua tercinta. Bapak Agus Muslim dan Ibu Imas Solihat 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
7. Segenap keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan dan hiburan sehingga penulis menikmati hari-hari untuk bisa segera menyelesaikan sarjana tepat waktu
8. Bilqis Tsani Azzahra dan Muhammad Hamzah Jaelani selaku adik tercinta penulis yang selalu menghibur, mendukung, memberikan doa, pelukan dan pengertian. Terima kasih sudah menjadi adik yang menyenangkan
9. Sahabat-sahabat selama perkuliahan. Fajriyatin, Atun Khomisatun dan Fika Siti Nurfalalah yang telah kebersamai, menemani, 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.
10. Halimatus Sya'diah, S.Sos yang merupakan sepupu penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, menghibur, membantu dan mendo'akan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segalanya, semoga kelak kebahagiaan dan kesuksesan menghampiri kita. Aamiin.
11. Keluarga besar Ekonomi Syariah kelas C angkatan 2020 yang telah menemani, berjuang berproses dan berprogres dalam mencari dan berbagi ilmu pengetahuan dari awal perkuliahan hingga semester akhir ini. Terimakasih atas senda gurau dan semuanya. Semoga kesuksesan menghampiri kita semua

12. Terakhir untuk diri saya sendiri, Salsabila Uswatun Hasanah terimakasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih selalu percaya akan kemampuan dirimu sendiri, semoga kebahagiaan selalu menyertai

13. 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.

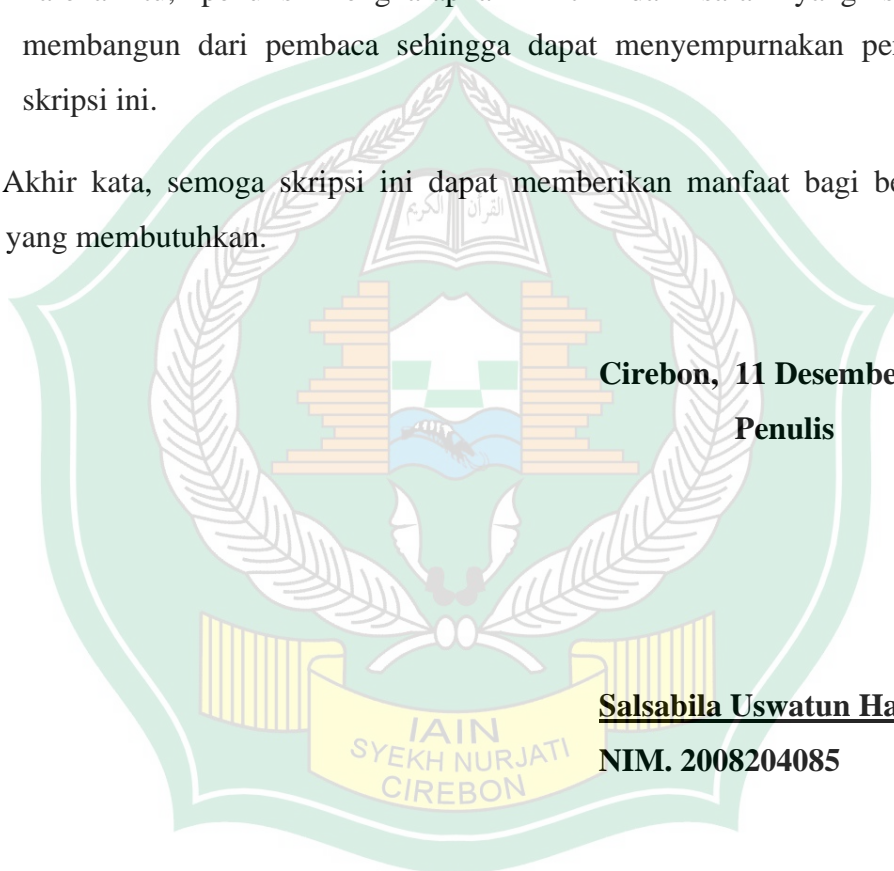
Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Cirebon, 11 Desember 2024

Penulis

Salsabila Uswatun Hasanah

NIM. 2008204085



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
خلاصة	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. <i>Grand Theory Of Reasoned Action</i>	10
1. Pengertian <i>Theory Of Reasoned Action</i>	10
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Individu dalam <i>Theory Of Reasoned Action</i>	10
B. Keputusan Pembelian	11

1. Definisi Keputusan Pembelian.....	11
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
C. Kemudahan Pembelian	12
1. Definisi Kemudahan.....	12
2. Indikator Kemudahan.....	13
3. Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan.....	14
D. Kualitas Produk.....	14
1. Definisi Kualitas.....	14
2. Indikator Kualitas Produk	15
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16
E. Harga.....	16
1. Definisi Harga	16
2. Indikator Harga	17
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	18
F. Promosi	19
1. Definisi Promosi	19
2. Indikator Promosi.....	20
G. Penelitian Terdahulu	21
H. Kerangka Pemikiran	40
1. Pengaruh Kemudahan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over	40
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over	41
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over.....	41
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over.....	42
I. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN 45

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian	45

C. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
D. Sumber Data	47
1. Data Primer	47
2. Data Sekunder	47
E. Definisi Operasional Variabel	47
F. Pengumpulan Data	52
G. Teknik Analisis Data	53
1. Uji Instrumen	53
2. Uji Asumsi Klasik	55
3. Uji Korelasi Parsial	57
4. Uji Regresi Linier Berganda	58
5. Uji Hipotesis	58
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
1. Profil Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	61
2. Produk dan Media Sosial Make Over	63
B. Karakteristik Responden	67
1. Karakteristik Menurut Jurusan	68
2. Karakteristik Menurut Uang Saku	69
C. Distribusi Frekuensi Variabel	70
1. Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Pembelian (X1)	70
2. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)	71
3. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X3)	72
4. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X4)	73
5. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
D. Statistik Deskriptif	76
E. Hasil Penelitian	77
1. Hasil Uji Instrumen	77
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	80

3. Hasil Uji Korelasi Parsial.....	84
4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
5. Hasil Uji Hipotesis	88
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
F. Pembahasan Penelitian	92
1. Pengaruh Kemudahan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	92
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Make Over pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	93
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	95
4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over pada Mahasiswi Fakulltas Ilmu Tararbiyah dan Kegruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	96
5. Pengaruh Kemudahan Pembelian, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	97
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan	xxii
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal	xxiii
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....	xxiv
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah	xxiv
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 3 Operasi Variabel	48
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran Kuesioner.....	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jurusan	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Menurut Uang Saku	69
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kemudahan Pembelian (X1)	70
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)	72
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Harga (X3).....	73
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Promosi (X4)	74
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4. 8 Statistika Deskriptif.....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validasi Kemudahan Pembelian (X1).....	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga (X3)	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Promosi (X4).....	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, X3, X4, Y	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas Variabel Kemudahan Pembelian (X1)	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Produk (X2).....	83
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga (X3).....	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji Linieritas Variabel Promosi (X4)	84
Tabel 4. 22 Hasil Uji Korelasi Parsial.....	85

Tabel 4. 23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4. 24 Hasil Uji T Parsial.....	88
Tabel 4. 25 Hasil Uji F Simultan	90
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Prasurvei	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4. 1 Instagram Make Over.....	64
Gambar 4. 2 Shopee Make Over	65
Gambar 4. 3 Lazada Make Over	66
Gambar 4. 4 Tokopedia Make Over.....	67
Gambar 4. 5 Diagram Jurusan.....	69
Gambar 4. 6 Diagram Uang Saku	70



PEDOMAN TRANSLITERASI
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

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:

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan

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

سین	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	Za	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:

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

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:

Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ِ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَّ...ِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِ...ِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...ِ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

3. Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

4. 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 raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

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 dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:



- الرَّجُلُ	ar-rajulu
- الْقَلَمُ	al-qalamu
- الشَّمْسُ	asy-syamsu
- الْجَلَالُ	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:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. 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. Bilamana 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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ / Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا / Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

