

**HALAMAN PERSETUJUAN PENGARUH PERSEPSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ORIFLAME DI KOTA KEDIRI  
(Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager* Lea Angelina tahun  
2018)**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

**ALYA NURROHMAH HAKIM**

**931304214**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK ORIFLAME DI KOTA KEDIRI**  
(Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager* Lea Angelina tahun 2018)

ALYA NURROHMAH HAKIM  
NIM. 9.313.042.14

Disetujui oleh:

**Pembimbing I**



**Sri Anugrah Natalina, S.E.MM**  
NIP. 19771225 200901 2006

**Pembimbing II**



**Sulistyowati, MEI.**  
NIP. 19810930 200901 2008

NOTA DINAS

Kediri, 25 Juni 2019

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 - Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor Untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ALYA NURROHMAH HAKIM  
NIM : 9.313.042.14  
Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ORIFLAME DI KOTA KEDIRI (Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager* Lea Angelina tahun 2018)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-I).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**



**Sri Anugrah Natalina, S.E.MM**  
NIP. 19771225 200901 2006

**Pembimbing II**



**Sulistyowati, MEL.**  
NIP. 19810930 200901 2008

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 25 Juni 2019

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Rektor  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 - Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : ALYA NURROHMAH HAKIM

NIM : 9.313.042.14

Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOSMETIK ORIFLAME DI KOTA KEDIRI  
(Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager*  
Lea Angelina tahun 2018)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 04 September 2019, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**



**Sri Anugrah Natalina, S.E.MM**  
NIP. 19771225 200901 2006

**Pembimbing II**



**Sulistyowati, MEI**  
NIP. 19810930 200901 2008

**PENGESAHAN**

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

KOSMETIK ORIFLAME DI KOTA KEDIRI

(Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager* Lea Angelina tahun 2018)

ALYA NURROHMAH HAKIM  
NIM. 9.313.042.14

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal 04 September 2019

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
Achmad Munif, SE.MM.  
NIP. 19691025 200312 1001
2. Penguji I  
Sri Anugrah Natalina, S.E.MM.  
NIP. 19771225 200901 2006
3. Penguji II  
Sulistiyowati, MEL.  
NIP. 19810930 200901 2008



(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 04 September 2019  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Muslih, MHL.  
NIP. 19750101 199803 1 002

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas.

Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

(Q.S Al- Maidah ayat 87)

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah*, syukurku yang tiada terhingga pada-Mu *Illahi Rabbi*. Diri ini tiada daya dan keberhasilan tanpa kemurahan-Mu dan kuasa-Mu. Sholawat dan salamku padamu, Baginda Nabi Muhammad SAW, suri tauladanku. Kuharap syafaatmu di penghujung hari nanti.

Karya tulis ini kupersembahkan untuk:

Teruntuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Moh. Luqman Chakim dan Ibu Khofiyah, yang selalu membimbing dan mendoakan dengan penuh ketulusan, yang telah berjuang dengan penuh keikhlasan, yang telah memberikan segala kasih sayangnya dengan penuh rasa tulus.

\*\*\*

Teruntuk semua keluarga tercinta di Ranjangan, Banyumas. Terutama Nenek Yang tiada henti memberikan kasih sayang tulus, semangat, perhatian dan selalu setia menemani selama saya menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun beliau tidak sempat menyaksikan saya di wisuda, semoga dengan selesainya tugas akhir ini menjadi kado terindah untuk beliau. Dan semoga beliau sudah ditempatkan di tempat terbaik di Surga-Nya.

\*\*\*

Teruntuk keluarga besar Jalsatul Itsnain Anwarus Shalihin, yang telah memberikan motivasi, pencerahan, dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

\*\*\*

Teruntuk dosen pembimbing saya Ibu Sri Anugrah Natalina dan Ibu Sulistyowati yang senantiasa membimbing, mengingatkan, menegur dan memotivasi dalam mengerjakan skripsi.

\*\*\*

Teruntuk sahabat karib saya mbak Novi, Novita Amaliya, Siti Dhurrohmah, Irfan Nova. Yang selalu setia mendampingi, membantu, dan menghibur, selama saya mengerjakan skripsi ini.

Teruntuk teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2014 dan lain jurusan lain Kediri yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

\*\*\*

## ABSTRAK

ALYA NURROHMAH HAKIM, Dosen Pembimbing Sri Anugrah Natalina, S.E. MM. dan Sulistyowati, MEI : Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame Di Kota Kediri (Studi Kasus Distributor Oriflame *Consultant Manager* Lea Angelina Tahun 2018).

Kata Kunci: Persepsi, Keputusan Pembelian,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi yang mempengaruhi konsumen member Oriflame dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk Oriflame di Kota Kediri. Variabel yang independen diteliti yaitu Persepsi (X), dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian kosmetik Oriflame konsumen di Kota Kediri.

Persepsi konsumen terhadap suatu produk kosmetik menjadi hal yang menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan kosmetik. Kualitas produk, kemanfaatan, keistimewaan, kelengkapan dan keragaman suatu produk kosmetik menjadi faktor penentu keputusan pembelian oleh konsumen.

Konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan produk kosmetik yang berkualitas, beragam dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas kosmetik yang ditawarkan sehingga tercipta keputusan pembelian oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 115 responden konsumen kosmetik Oriflame dari member distributor Lea Angelina di Kota Kediri. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan tipe pemilihan sampel acak berdasarkan kriteria tertentu. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Serta menggunakan regresi sederhana.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini diperoleh  $Y = 12,955 + 0,489X$ . Nilai koefisien korelasi sebesar 0.796 artinya nilai koefisien korelasi (r) menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan artinya persepsi konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil analisis uji t diperoleh adalah sebesar 13,966 sedangkan t tabel 4,503 karena t hitung lebih besar dari t tabel berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar  $r^2 = 0,633$  artinya nilai rata-rata pembelian sebesar 63,3% ditentukan oleh persepsi konsumen, sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame Di Kota Kediri

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM., selaku Rektor IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Sri Anugrah Natalina S.E. M.M.,selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi dorongan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Sulistyowati, MEI., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi dorongan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Lea Angelina yang telah memberikan izin, waktu luang dan segala bantuan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga penulis skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin. Penulis menyadari dengan segenap kerendahan hati, bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 25 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Telaah Pustaka .....	14
F. Hipotesis Penelitian .....	16
G. Penegasan Istilah .....	16
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Persepsi Konsumen .....	18
1. Pengertian Persepsi Konsumen .....	18
2. Proses Persepsi .....	21
3. Aspek-aspek Persepsi .....	22
4. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	23

B. Keputusan Pembelian .....	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	26
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	28
4. Tipe-tipe Keputusan Pembelian.....	31
C. Konsep Islam Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
1. Perilaku Konsumen dalam Islam .....	32
2. Keputusan Pembelian dalam Islam.....	33

### BAB III: METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Variabel Penelitian .....	38
D. Definisi Operasional.....	39
E. Data dan Sumber Data .....	41
F. Populasi dan Sampel .....	42
G. Teknik Pengumpulan Data .....	43
H. Instrumen Penelitian.....	43
I. Analisis Data .....	44
J. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	46
K. Uji Asumsi Klasik .....	47

### BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. PT Orindo Alam Ayu .....	54
2. Visi dan Misi .....	57
B. Deskripsi Data .....	58
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reabilitas.....	60
3. Analisis Deskriptif .....	62

C. Uji Asumsi Klasik .....	64
1. Uji Normalita Data.....	64
2. Uji Heterokedastisitas .....	65
3. Uji Autokorelasi .....	67
4. Analisis Korelasi .....	68
5. Uji Regresi Linier Sederhana .....	70
D. Uji Hipotesis.....	71
1. Uji f .....	71
2. Uji t .....	72
2. Uji Koefisien Determinasi .....	73
<b>BAB V : PEMBAHASAN</b>	
A. Persepsi Konsumen Kosmetik Oriflame di Kota Kediri pada Member Distributor Lea Angelina .....	75
B. Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame di Kota Kediri pada Member Distributor Lea Angelina.....	77
C. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame .....	78
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jenis Produk Kosmetik Oriflame .....	4
Tabel 2. Penjualan Produk Oriflame di Kediri Tahun 2018 .....	10
Tabel 3. Penjualan Kosmetik Oriflame di Kota Kediri th 2018.....	11
Tabel 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	12
Tabel 5. Indikator Penelitian Variabel Persepsi.....	40
Tabel 6. Indikator Penelitian Variabel Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 7. Tabel Interpretasi r <i>Product Moment</i> .....	50
Tabel 8. Data Uji Validitas Variabel Persepsi .....	59
Tabel 9. Data Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 10. Data Hasil Uji Reliabilitas Persepsi .....	61
Tabel 11. Data Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 12. Data Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 13. Data Analisis Deskriptif.....	62
Tabel 14. Data Kategorisasi Persepsi.....	63
Tabel 15. Data Kategorisasi Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 16. Data Hasil Uji Heterokedastisitas .....	66
Tabel 17. Data Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 18. Data Hasil Uji Analisis Korelasi.....	69

Tabel 19. Data Interpretasi Nilai r.....	69
Tabel 20. Data Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	70
Tabel 21. Data Hasil Uji f.....	71
Tabel 22. Data Hasil Uji t.....	73
Tabel 23. Data Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Tabulasi Skor Angket Variabel Persepsi Dan Keputusan Pembelian

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi dan Keputusan Pembelian

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian

Lampiran 5. Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup