

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SABUN CUCI RINSO
(Studi Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)**

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ANGGRAINI EKA PUTRI

9313.359.14

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

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SABUN CUCI RINSO

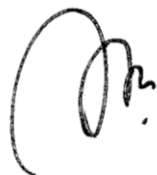
(Studi Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)

ANGGRAINI EKA PUTRI

NIM. 9313.359.14

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Sri Anugrah Natalina, SE., MM.
NIP. 19771225 200901 2 006

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 20 Agustus 2019
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ANGGRAINI EKA PUTRI
NIM : 9313.359.14
Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN CUCI RINSO (Studi Pada
Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)


Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Sri Anugrah Natalina, SE., MM.
NIP. 19771225 200901 2 006

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 05 September 2019
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : ANGGRAINI EKA PUTRI
NIM : 9313.359.14
Judul : PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN CUCI RINSO (Studi Pada
Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2019, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Sri Anugrah Natalina, SE., MM.
NIP. 19771225 200901 2 006

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SABUN CUCI RINSO

(Studi Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)

ANGGRAINI EKA PUTRI

NIM. 9313.359.14

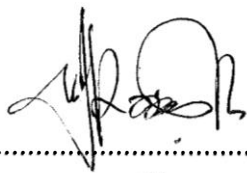
Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 28 Agustus 2019.

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Rofik Efendi, S.Kom. MM.

NIP. 19690617 199803 1 002


(.....)

2. Penguji I

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM.

NIP. 19740528 200312 2 001


(.....)

3. Penguji II

Sri Anugrah Natalina, SE., MM.

NIP. 19771225 200901 2 006


(.....)

Kediri,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri

Dr. Imam Annas Mushlihin, MHI

NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

-٢٦٧-

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami Keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji”

QS. Al-Baqarah (2): 267

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Keluarga, terimakasih bapak dan ibu yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti hingga peneliti lulus tepat waktu. Terimakasih buat keluarga dan dek Siska terimakasih atas perhatiannya, motivasi dan bantuan berupa apapun.
2. Pembimbing, terimakasih Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie SE., MM. dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE., MM. karena beliau yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan yang tidak kenal lelah hingga akhirnya peneliti dapat lulus tepat waktu.
3. Bapak/ibu penguji, serta bapak dan ibu dosen yang sudah mengajar selama empat tahun ini.
4. Keluarga besar IAIN Kediri dan teman-teman kelas J ES yang selalu memotivasi.

ABSTRAK

ANGGRAINI EKA PUTRI, Dosen Pembimbing Dr. Hj. NANING FATMAWATIE, SE., MM dan SRI ANUGRAH NATALINA, SE., MM.: Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso (Studi pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018), Ekonomi Syari'ah, Syari'ah, IAIN Kediri, 2019.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian

Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Sedangkan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan keputusan pembelian, serta pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sabun cuci Rinso pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan sampel sejumlah 100 konsumen diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hubungan persepsi konsumen dan keputusan pembelian sangat kuat yaitu sebesar 0,833. Sehingga diperoleh hasil bahwa besarnya pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sebesar 69,3%, sedangkan sisanya sejumlah 30,7% dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, maupun faktor lain dari psikologis.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN CUCI RINSO (STUDI PADA SANTRIWATI PONPES SALAFIYAH KAPUREJO KEDIRI TAHUN 2018)” dengan baik. Penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan Ridha-Nya sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat di dunia dan di akhirat.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari jalan kesesatan menuju jalan yang penuh berkah dan diridhai Allah dengan ajaran yang dibawanya, yaitu agama Islam. Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mengalami kesulitan. Namun, dengan kesabaran dan kemauan terselesaikan skripsi ini peneliti akhirnya mampu menyelesaikan tepat waktu. Ucapan terimakasih senantiasa penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M, selaku Rektor IAIN Kediri, yang telah memimpin dengan bijaksana dalam meningkatkan kualitas mahasiswa dan mahasiswinya.
2. Bapak Dr. Imam Annas Muslihin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta staf-stafnya, atas segala kebijaksanaan, bantuan dan fasilitas sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
3. Bapak dan Ibu dosen Prodi Ekonomi Syariah yang telah membagikan ilmunya dan kasih sayangnya kepada peneliti.
4. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM. dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE., MM. karena beliau yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan yang tidak kenal lelah hingga akhirnya peneliti lulus tepat waktu.

5. Bapak Abdullah Taufik, SH., MH, selaku wali studi yang telah memberikan arahan selama menjadi wali studi.
6. Pimpinan perpustakaan dan seluruh staf yang telah memfasilitasi peneliti dalam hal literasi guna menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayahanda Kariyanto dan Ibunda Sumiatun selaku orang tua tercinta. Terimakasih telah membesarkan dan membimbing saya dengan sabar dan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan suport dan do'anya untuk saya. Adik Siska Anggun Agustina yang selalu memberikan semangat dan menemani saya.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syari'ah yang saling memberikan support. Baik dengan materil maupun moril yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Atas segala jasa dan budinya, penulis tidak bisa memberikan balasan hanya bisa memberikan doa "*jaza kumullah ahsanal jaza*" semoga kebaikannya dibalas oleh kebaikan yang setimpal. Akhirnya penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu mengharapkan saran, kritik, pengarahan dan bimbingan yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Selanjutnya peneliti memohon kepada Allah SWT, semoga skripsi ini memberi manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Kediri, 28 Agustus 2019

Penulis

Anggraini Eka Putri

DAFTAR ISI

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.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Hipotesis Penelitian.....	14
F. Telaah Pustaka	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
A. Persepsi Konsumen	17

1. Definisi Persepsi Konsumen	17
2. Proses Persepsi	18
3. Dimensi Persepsi.....	19
B. Keputusan Pembelian	20
1. Definisi Pengambilan Keputusan.....	20
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
3. Proses Keputusan Pembelian	25
4. Tipe Keputusan Pembelian	27
C. Hubungan antara Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	28
D. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Definisi Operasional Variabel.....	32
1. Variabel Bebas/Independen	33
2. Variabel Terikat/Dependen	34
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Data dan Sumber Data	37
F. Pengumpulan Data	38
G. Analisis Data	39
1. Menyiapkan Data	39
2. <i>Editing</i>	39
3. <i>Coding</i> dan <i>Categorizing</i>	40

4. <i>Scoring</i>	40
5. <i>Tabulating Data</i>	41
6. <i>Processing</i> (Proses).....	41
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
1) Uji Validitas	41
2) Uji Reliabilitas	42
b. Uji Asumsi Klasik.....	43
1) Uji Normalitas.....	43
2) Uji Heteroskedastisitas.....	44
3) Uji Autokorelasi	45
c. Pengujian Model Struktural	45
1) Analisis Korelasi Pearson	46
2) Analisis Koefisien Determinasi.....	47
3) Analisis Regresi Sederhana.....	48
4) Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Profil Rinso	50
2. Visi dan Misi Rinso.....	52
B. Deskripsi Data	53
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	56
a. Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen.....	56

b. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	58
3. Analisis Deskriptif	59
4. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Normalitas Data	61
b. Uji Heteroskedastisitas.....	62
c. Uji Autokorelasi	64
5. Pengujian Model Struktural	65
a. Analisis Korelasi Pearson	65
b. Analisis Koefisien Determinasi.....	67
c. Analisis Regresi Sederhana.....	68
d. Uji Hipotesis (Uji t).....	70
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Persepsi Pembeli Sabun Cuci Rinso pada Santriwati Ponpes Salafiyah	
Kapurejo Kediri.....	72
1. Kinerja.....	72
2. Pelayanan	73
3. Ketahanan.....	74
4. Keandalan.....	74
5. Karakteristik Produk	75
6. Kesesuaian dengan Spesifikasi	76
7. Hasil	76
B. Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso pada Santriwati Ponpes Salafiyah	
Kapurejo Kediri	77

1. Pengenalan Kebutuhan.....	77
2. Pencarian Informasi	78
3. Evaluasi Alternatif	79
4. Keputusan Pembelian.....	79
5. Perilaku Konsumen Pasca Beli	80
C. Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri	81
1. Faktor-Faktor Kebudayaan.....	81
2. Faktor-Faktor Sosial.....	83
3. Faktor-Faktor Pribadi	84
4. Faktor-Faktor Psikologis	86
BAB VI KESIMPULAN.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Santriwati di Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri	6
Tabel 1.2 Jumlah Masing-Masing Santriwati Yang Menggunakan Merek Sabun Cuci	7
Tabel 1.3 Hasil Top Brand Award Result 2 Fase 2	8
Tabel 1.4 Alasan Konsumen Melakukan Pembelian Sabun Cuci Merek Rinso	9
Tabel 3.1 Indikator Variabel (X).....	33
Tabel 3.2 Indikator Variable (Y).....	34
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	47
Tabel 4.1 Uji Validitas Persepsi Konsumen	55
Tabel 4.2 Uji Validitas Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.3 Tingkat Reliabilitas	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel X (persepsi konsumen).....	60
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Y (keputusan pembelian)	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 4.12 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	66

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi sederhana.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku	4
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Model Keputusan Pembelian	25
Gambar 4.1 Daftar Kuesioner yang Kembali dan Dapat Diolah	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>scatterplots</i>)	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Observasi
- Lampiran 2 Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil SPSS
- Lampiran 5 Lembar Durbin Watson
- Lampiran 6 Distribusi Nilai t
- Lampiran 7 Tabel r Product Moment