

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARIAYU KOSMETIK
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan
2016)**

SKRIPSI

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



Oleh :

RIZKA PUSPITA WAHYUNINGTYAS

9.313.041.15

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) KEDIRI
2019**

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 23 Oktober 2019

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

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ISLAM
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
peyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama: Rizka Puspita Wahyuningtyas

NIM: 931304115

Judul: Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Sariayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi
Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016).

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan
beberapa petunjuk dan urutan yang telah diberikan dalam sidang
Munaqasah yang dilakukan pada tanggal 21 Oktober 2019 kami
dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak Dekan
kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE,MM

NIP: 19740528 200312 2 001

Sulistyowati, MEI

NIP: 19810930 200901 2 008

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SARIAYU KOSMETIK**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2016)**

RIZKA PUSPITA WAHYUNINGTYAS

931304115

Telah Disetujui:

Tanggal,

Pembimbing 1

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE,MM

NIP: 19740528 200312 2 001

Tanggal,

Pembimbing 2

Sulistyowati, MEI

NIP: 19810930 200901 2 008

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SARIAYU KOSMETIK**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2016)**

RIZKA PUSPITA WAHYUNINGTYAS

931304115

**Telah diujikan didepan sidang munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri, 21 Oktober 2019**

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Sri Anugrah Natalina, SE, MM (.....)

NIP: 19771225 200901 2 006

2. Penguji 1

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

NIP: 19740528 200312 2 001

3. Penguji 2

Sulistiyowati, MEI (.....)

NIP: 19810930 200901 2 008

Kediri, 23 Oktober 2019

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H.Imam Annas Muslihin, M.HI

NIP. 19750101 199803 1 002

NOTA DINAS

Kediri, 23 Oktober 2019

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

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Rizka Puspita Wahyuningtyas

NIM : 931304115

Judul : PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SARIAYU KOSMETIK (Studi
Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri
Angkatan 2016)

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

Bersamanya ini terlampir berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqasah.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak Dekan
kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE,MM

NIP: 19740528 200312 2 001

Sulistyowati, MEI

NIP: 19810930 200901 2 008

HALAMAN MOTTO

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ لَعَلَّكُمْ تَقْلِحُونَ

“Katakanlah: Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.”

(QS. Al-Maidah: Ayat 100)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, syukurku tiada terbatas pada-Mu Illahi Rabbi. Diri ini tiada daya tanpa kekuatan dari-Mu. Sholawat dan salamku padamu, wahai Baginda Nabi Muhammad SAW, suri tauladanku. Kuharap syafaatmu dipenghujung hari nanti.

Karya tulis ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tuaku yang dengan ikhlas dan penuh cinta kasih selalu berkorban demi ananda tersenyum kini hingga kelak. Semoga semua kasih sayang dan cinta Bapak Gogot Wahyudi dan Sri Cicik Wijayanti terganti dengan kasih sayang Allah SWT.

Kepada adikku tersayang Rizki Aprilia Dwiananta. Senyummu memberiku kekuatan lebih. Semua jasa dan perhatiannya selalu ku kenang di lubuk hati yang paling dalam.

Teruntuk dosen pembimbing saya Bu Naning Fatmawatie dan Bu Sulistyowati yang senantiasa membimbing, mengingatkan, menegur dan memotivasi dalam mengerjakan skripsi.

Teruntuk Fatma Fardiyanti sebagai teman dan sahabat saya yang telah senantiasa memotivasi , memberikan saran,dan dengan sabar membantu membimbing saya dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini.

Teruntuk The Gengs New Sahne Kancane dan teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2015 IAIN Kediri yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir 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 Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016).

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. H. 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. Bu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE,MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi dorongan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Bu Sulistyowati, MEI., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan member dorongan serta motivasi demi terselesaikannya 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, 23 Oktober 2019

Penulis

ABSTRAK

RIZKA PUSPITA WAHYUNINGTYAS, Dosen Pembimbing Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM dan Sulistyowati, MEI **Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016)**, Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2019.

Kata kunci : persepsi, keputusan pembelian

Manusia pasti memiliki banyak kebutuhan dalam keberlangsungan hidupnya. Dengan banyaknya kebutuhan pastinya manusia melakukan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu setiap konsumen pasti memiliki persepsi yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk yang dinikmati atau dibutuhkan. Tujuan penelitian ini yaitu : 1) untuk mengetahui persepsi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri pada pembelian Sariayu Kosmetik. 2) untuk mengetahui keputusan pembelian mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri pada pembelian Sariayu Kosmetik. 3) untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Sariayu Kosmetik mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang memakai Sariayu Kosmetik dengan jumlah 65 mahasiswa. Sampel data dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 65 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode pengambilan *total sampling*. Metode pengambilan data dengan observasi dan penyebaran kuesioner (angket) kepada responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) persepsi konsumen (X) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2016 tergolong cukup. 2) keputusan pembelian (Y) terhadap Sariayu Kosmetik pada mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2016 tergolong cukup. 3) korelasi antara persepsi konsumen dan keputusan pembelian sedang maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sariayu kosmetik pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2016 dengan nilai persepsi sebesar 52,5% sedangkan sisanya 47,5% dan dipengaruhi faktor lain.

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.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan	12
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Hipotesis Penelitian	12
F. Penelitian Terdahulu	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Persepsi Konsumen	15
B. Proses Persepsi	16
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	20
D. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
E. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian.....	24
F. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan	28
G. Keputusan Pembelian Menurut Islam	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	33
B. Definisi Operasional Variable	34
C. Lokasi Penelitian	37
D. Populasi dan Sampel	37
E. Data dan Sumber data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Instrumen Penelitian.....	40
H. Analisis Data	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri	52
a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	52
b. Visi Misi Prodi Ekonomi Syariah.....	54
2. Sariayu Kosmetik	55
B. Deskripsi Data	
1. Uji Validitas Instrumen	61
2. Uji Reliabilitas Instrumen	63
3. Analisis Deskriptif.....	66

4. Uji Asumsi Klasik	68
a. Uji Multikolinieritas	68
b. Uji Autokorelasi	70
c. Uji Heteroskedastisitas	71
5. Uji Normalitas	73
6. Uji Analisis Korelasi Product Moment	74
7. Uji Regresi Sederhana	75
8. Pengujian Hipotesis	77
9. Uji Koefisien Determinasi Parsial (R^2)	79

BAB V PEMBAHASAN

A. Persepsi Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Pada Pembelia <i>Sariayu Kosmetik</i>	80
B. Keputusan Pembelian Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri pada <i>Sariayu Kosmetik</i>	81
C. Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Sariayu Kosmetik</i> mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri.....	83

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA	87
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Perseptual	17
Gambar 2.2 Model Tahapan Pembelian Konsumen	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016	3
Tabel 1.2 Data Pemakaian Kosmetik Pada Mahasiswi Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2016.....	3
Tabel 1.3 Data Produk Kosmetil.....	4
Tabel 1.4 Data Pemakaian Kosmetik Mahasiswi Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri.....	7
Tabel 1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sariayu Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2016	9
Tabel 3.1 Operasional Variable X.....	36
Tabel 3.2 Operasional Variable Y.....	36
Tabel 3.3 Interpretasi Kasar Terhadap Angka Koefisien.....	49
Tabel 4.1 Validitas Persepsi Konsumen.....	61
Tabel 4.2 Validitas Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.3 Realibility Persepsi Konsumen	64
Tabel 4.4 Realibility Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Konsumen (X) dan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4.6 Katagorisasi Untuk Variabel X	67
Tabel 4.7 Katagorisasi Untuk Variabel Y	68
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolineritas SPSS Versi 21	69
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Autokorelasi SPSS Versi 21	71

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Versi SPSS 21.....	72
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas Data dengan program SPSS	
Versi 21	73
Tabel 4.12 Kriteria Koefisien Korelasi	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> Data dengan Program SPSS	
Versi 21	75
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Regresi Sederhana Data dengan Program SPSS Versi 21	
.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji T Program SPSS Versi 21	78
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi SPSS 21	79