

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Dengan hampir separuh penduduknya merupakan perempuan muslim, sehingga gaya berpakaian yang sesuai dengan syariat Islam menjadi aspek yang penting. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan busana muslim di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari Direktur Jendral Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, terdapat sekitar 20 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan hijab. Hal ini sejalan dengan dengan pertumbuhan industri busana muslim yang meningkat rata-rata 7% per tahun. Dari total 700 ribu UKM yang ada di Indonesia, sekitar 30% diantaranya bergerak disektor industri busana muslim.¹

Saat ini, kehidupan manusia tampaknya tidak bisa dipisahkan dari pengaruh besar dunia *fashion*. *Fashion* telah merambah hampir semua aspek kehidupan, termasuk aspek spiritual. Hal ini tercermin dari pesatnya perkembangan *fashion* hijab di Indonesia. Kemajuan ini membawa banyak manfaat bagi umat muslim di Indonesia, seperti meningkatnya jumlah muslimah yang berhijab dan kontribusi terhadap pertumbuhan perdagangan *domestik*.

¹ Zamalludin Sembiring Putri Dwi Anjani, Adrial Falahi, M. Hilman Fikri, 'Pengaruh Gaya Hidup, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Paris Premium (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun Iv Desa Patumbak Ii)', *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7 (2024), 10067-74.

Perkembangan industri fashion muslim di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama dalam kategori hijab. Salah satu jenis hijab yang banyak diminati adalah hijab Paris segi empat, yang dikenal karena bahan yang ringan, nyaman, dan fleksibel dalam berbagai gaya penggunaan. Merek Umama menjadi salah satu brand yang cukup populer di kalangan pengguna hijab, termasuk santri putri di pondok pesantren.

Santri putri pondok pesantren Al Amien, merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan pembelian, cenderung lebih selektif dalam memilih produk hijab. Mereka memperhatikan kualitas, mempertimbangkan harga yang sesuai dengan daya beli mereka, serta memiliki preferensi terhadap hijab yang simpel tapi tetap modis. Dalam konteks santri putri di Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri, kebutuhan akan hijab berkualitas dengan harga terjangkau dan desain yang sesuai dengan gaya hidup mereka menjadi daya tarik dalam keputusan pembelian.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hijab diartikan sebagai kain yang berfungsi menutupi wajah dan tubuh wanita muslimah agar bagian-bagian tubuh tidak tampak. Hijab juga dapat diartikan sebagai kain penutup tubuh wanita dari kepala hingga kaki, kecuali bagian wajah, telapak tangan dan kaki bawah mata.²

Hijab saat ini tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan utama bagi muslimah, khususnya para santri, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup dan ekspresi penampilan. Pesatnya perkembangan tren *fashion* hijab

² Ahla Sofiyah and Ashif Az Zafi, 'Hijab Bagi Wanita Muslimah Di Era Modern', *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 13.1 (2020), 89–102.

mendorong berbagai merek untuk bersaing menghadirkan produk hijab dengan beragam kelebihan, mulai dari kualitas, desain, maupun harga.³

Fenomena ini berkembang pesat di Indonesia dan dimanfaatkan oleh para pengusaha *fashion* untuk menciptakan model dan merek hijab baru, yang mendorong persaingan merek terkemuka. Hal ini menyebabkan model hijab terus berkembang mengikuti permintaan pasar. Saat ini, terdapat 7 model hijab yang paling banyak beredar di Indonesia, yaitu pashmina, segi empat, bergo, instan, *sport*, *scraf* dan khimar.⁴

Kota Kediri, yang terletak di Provinsi Jawa Timur, dikenal sebagai salah satu kota santri terkemuka di Indonesia. Julukan ini diperoleh karena banyaknya pondok pesantren yang tersebar di seluruh wilayah kota. Pondok pesantren di Kediri berperan penting sebagai pendidikan agama Islam dan pelestari tradisi keilmuan Islam klasik, yang ikut membentuk pusat karakter masyarakat, khususnya dalam hal pendidikan non-formal. Kota Kediri terdiri dari tiga kecamatan, dengan jumlah keseluruhan di setiap kecamatan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Kelurahan Dan Kecamatan
Di Kota Kediri

| No | Nama Kecamatan | Jumlah Kelurahan |
|----|---------------------|------------------|
| 1. | Kecamatan Kota | 17 |
| 2. | Kecamatan Mojoroto | 15 |
| 3. | Kecamatan Pesantren | 14 |

³ Eka Lianis Tati Siti Asriah Immawati, Agung Budi, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Yang Diproduksi Pt. Hijab Alila', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1 (2019), 117.

⁴ Rina Fuji Astuti, '7 Jenis Hijab: Mulai Pashmina Hingga Model Segitiga', 2024, P. Detik Jatim <<https://www.detik.com/jatim/berita/d-6344575/7-jenis-hijab-mulai-pashmina-hingga-model-segitiga>>. Diakses pada 11 November 2024 pukul 23.35

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)⁵

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, diantara tiga kecamatan di Kota Kediri, Kecamatan Kota memiliki jumlah kelurahan paling banyak, yakni 17 kelurahan. Kondisi ini menjadikan Kecamatan Kota sebagai kawasan strategis untuk melakukan penelitian. Penulis pun memilih Kecamatan Kota sebagai fokus penelitian guna memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pondok pesantren yang ada di wilayah ini. Dalam konteks pendidikan non-formal, Kecamatan Kota dikenal memiliki banyak pondok pesantren yang tersebar di berbagai kelurahan. Berikut ini adalah daftar pondok pesantren yang berada di Kecamatan Kota pada tahun 2024.⁶

Tabel 1.2
Data Pondok Pesantren
Di Kecamatan Kota-Kota Kediri

| No | Nama Kelurahan | Jumlah Pondok Pesantren |
|-----|----------------|-------------------------|
| 1. | Bolowerti | - |
| 2. | Banjaran | 1 |
| 3. | Dandangan | - |
| 4. | Jagalan | - |
| 5. | Kaliombo | 1 |
| 6. | Kampungadem | - |
| 7. | Kemasasan | - |
| 8. | Manisrenggo | 4 |
| 9. | Ngadirejo | 1 |
| 10. | Ngeronggo | 3 |
| 11. | Pakelan | - |
| 12. | Pocanan | - |
| 13. | Rejomulyo | 5 |
| 14. | Ringinanom | - |
| 15. | Samampir | - |
| 16. | Setonogedong | - |
| 17. | Setonopande | - |

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)⁷

⁵ Ensiklopedia, 'Daftar Kecamatan Dan Kelurahan Di Kota Kediri'. Diakses Pada Tanggal 20 November 2024

https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Daftar_kecamatan_dan_kelurahan_di_Kota_Kediri Pukul 10.20

⁶ Pemkot Kediri, 'Daftar Kelurahan Di Kota Kediri'. <https://www.kedirikota.go.id/page/kelurahan>

⁷ Wikipedia, 'Daftar Pesantren Di Kota Kediri', 2023. Diakses Pada Tanggal 20 November 2024

https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pesantren_di_Kota_Kediri Pukul 11.00

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa Kelurahan Rejomulyo merupakan wilayah dengan jumlah pondok pesantren terbanyak di Kecamatan Kota, yaitu sebanyak 5 pondok pesantren. Data ini menjadi dasar bagi peneliti untuk memusatkan kajiannya di Kelurahan Rejomulyo guna memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai pondok pesantren di wilayah tersebut.

Bagi para santri putri yang tinggal di pondok pesantren, hijab merupakan elemen penting dalam kehidupan sehari-hari karena fungsinya sebagai penutup aurat yang wajib dikenakan, terutama dalam mendukung berbagai aktivitas di pesantren. Oleh karena itu, tidak heran jika seorang santri membutuhkan lebih dari beberapa jilbab untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan hasil observasi di Kota Kediri, khususnya di Kelurahan Rejomulyo, tercatat terdapat 5 pondok pesantren. Berikut ini adalah data terkait pondok pesantren beserta jumlah santrinya pada tahun ajaran 2024/2025:

Tabel 1.3
Data Pondok Pesantren Beserta Jumlah Santri
di Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Kota – Kota Kediri

| No | Nama Pesantren | Lokasi | Jumlah Santri putri |
|----|--|---|---------------------|
| 1 | Pondok Pesantren Al Amien | Jl. Ngasinan No. 18, Kelurahan Rejomulyo, Kec. Kota, Kota Kediri | 423 |
| 2 | Pondok Pesantren Al Fath | Jl. Sunan Ampel Gg 1 No. 54 RT 02 RW 01 Rejomulyo Kota Kediri | 291 |
| 3 | Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya | Jl. Masjid Ar-Ridlo RT 03 RW 04 Ngasinan, Rejomulyo, Kota Kediri | 150 |
| 4 | Pondok Perantren Sharif Hidayatullah 2 | Jl. Sunan Ampel I No.85 C, desa Rejomolyo, kecamatan kota Kediri, kota Kediri | 172 |
| 5 | Pondok Pesantren Mahasiswa Al Husein | Jl. Sunan Ampel Gg 1, Rejomulyo, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri | 116 |

Sumber : Hasil Observasi (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, Pondok Pesantren Al Amien di Kota Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah santri putri yang signifikan, yaitu sebanyak 423 orang. Lingkungan pesantren yang sarat akan nilai-nilai agama dan budaya menjadikannya lokasi yang tepat untuk menilai perilaku konsumen dalam konteks pembelian hijab.

Sebagian besar santri putri di pesantren ini menggunakan hijab dalam keseharian mereka, dengan preferensi yang beragam terhadap produk hijab. Hijab merupakan kebutuhan utama bagi santri putri. Untuk memberikan gambaran mengenai kondisi santri putri Pondok Pesantren Al Amien Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri pada tahun ajaran 2024/2025, peneliti menyajikan data dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Data Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

| No | Umur Santri | Jumlah |
|--------------|----------------|------------|
| 1 | Mahasiswa | 177 |
| 2 | SMP Se-derajat | 109 |
| 3 | SMA Se-derajat | 137 |
| Total | | 423 |

Sumber: Pondok Pesantren Al Amen Rejomulyo Kota Kediri

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, jumlah keseluruhan santri putri Al Amien Kediri sebanyak 423 orang. Santri putri dengan jenjang pendidikan mahasiswa sebanyak 177 orang, SMP se-derajat sebanyak 109 orang, dan SMA se-derajat sebanyak 137 orang. Peneliti melakukan observasi kepada seluruh santri putri Al Amien Kediri untuk mengetahui jenis jilbab yang sering dibeli dalam kegiatan sehari-hari.

Tabel 1.5
Data Model Hijab Yang Sering Dibeli Oleh Santri Putri
Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

| No | Model Hijab | Jumlah |
|--------------|-------------|------------|
| 1 | Segi empat | 350 |
| 2 | Bergo | 50 |
| 3 | Pasmina | 23 |
| Total | | 423 |

Sumber: Pondok Pesantren Al Amien Rejomulyo Kota Kediri

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, mayoritas santri putri lebih memilih hijab segi empat, dengan jumlah pemakai sebanyak 350 orang. Sementara itu, santri yang membeli model hijab bergo tercatat sebanyak 50 orang, dan model pasmina dipilih oleh 23 orang. Hijab segi empat menjadi favorit karena momennya, dapat digunakan baik untuk kegiatan formal maupun kasual, termasuk untuk mengaji maupun aktivitas sehari-hari. Para santri di Pondok Pesantren Al Amien mengenakan beragam jenis hijab segi empat untuk mendukung aktivitas sehari-hari yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.6
Data Jenis Hijab Yang Sering Dibeli Oleh Santri Putri
Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

| No | Jenis Hijab | Jumlah |
|--------------|-------------|------------|
| 1 | Paris | 290 |
| 2 | Bela Square | 30 |
| 3 | Voal | 16 |
| 4 | Motif | 14 |
| Total | | 350 |

Sumber: Pondok Pesantren Al Amien Rejomulyo Kota Kediri

Berdasarkan tabel 1.6 di atas, hijab segi empat yang paling banyak dipilih oleh santri putri Pondok Pesantren Al Amien untuk pemakaian sehari-hari adalah hijab paris, dengan jumlah pengguna mencapai 290 orang. Sementara itu, hijab jenis Bela Squaer digunakan oleh 30 orang, hijab voal oleh 16 orang, dan hijab motif oleh 14 orang.

Hijab paris terbuat dari kain paris, yakni jenis katun yang memiliki tekstur halus. Kain ini dikenal karena sifatnya yang tipis, lembut, dan ringan, sehingga sangat nyaman dipakai dalam berbagai kondisi. Jilbab paris biasanya berbentuk segi empat dengan ukuran standar, seperti 110 cm x 110 cm atau 115 cm x 115 cm, yang memudahkan pemakai untuk mengaturnya sesuai dengan keinginan. Di Pondok Pesantren Al Amien, ada berbagai merek hijab segi empat paris yang sering dipakai oleh para santri dalam aktivitas sehari-hari, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.7
Data Merk Hijab Yang Sering Dibeli Oleh Santri Putri
Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

| No | Nama Produk | Jumlah |
|--------------|----------------|------------|
| 1. | Paris Umama | 222 |
| 2. | Paris Varisha | 30 |
| 3. | Paris Azara | 20 |
| 4. | Paris Red Rose | 8 |
| 5. | Paris Ansanía | 6 |
| 6. | Paris Premium | 4 |
| Total | | 290 |

Sumber: Pondok Pesantren Al Amien Rejomulyo Kota Kediri

Berdasarkan pada tabel 1.7, menunjukkan dari berbagai macam merk hijab paris, bahwa Hijab Paris Umama lebih banyak diminati oleh santri putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri yaitu 222 orang. Sedangkan santri yang menggunakan hijab Paris Varisha sebanyak 30 orang, Paris Azara sebanyak 20 orang, Paris Red Rose sebanyak 8 orang, Paris Ansanía sebanyak 6 orang, Paris Premium sebanyak 4 orang. Oleh karena itu, peneliti memilih hijab Paris Umama sebagai objek dalam penelitian ini. Untuk mengetahui alasan responden membeli hijab Paris Umama, peneliti melakukan observasi awal pada 80 responden. Berikut ini tabel hasil observasi terhadap 222 responden :

Tabel 1.8
Alasan Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri
Membeli Hijab Paris Segi Empat Umama

| No | Alasan | Hijab Paris Umama |
|----|-----------------|-------------------|
| 1 | Kualitas Produk | 95 |
| 2 | Harga | 70 |
| 3 | Promosi | 35 |
| 4 | Tempat | 22 |
| | Total | 222 |

Sumber: Pondok Pesantren Al Amien Rejomulyo Kota Kediri

Berdasarkan Tabel 1.8, kualitas produk berpengaruh kepada 95 orang, harga berpengaruh pada 70 orang, promosi berpengaruh pada 35 orang, dan tempat berpengaruh kepada 22 orang. Menurut santri putri Al Amien, Kelurahan Rejomulyo, Kota Kediri, kualitas produk hijab Paris Umama dinilai baik dengan berbagai pilihan warna dan kainnya berkualitas sehingga mudah dipakai, serta harga yang terjangkau. Hasil survei ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian hijab segi empat Paris Umama pada santri putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian hijab Paris segi empat Umama

Menurut Philip Kotler Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudian dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Produk yang berkualitas memang menjadi kriteria pertama yang dicari oleh konsumen, para konsumen tentunya tidak mau asal-asalan dalam membelanjakan uangnya.⁸

Harga menurut Kotler & Armstrong adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai.⁹

Menurut Kotler & Armstrong keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.¹⁰

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, penting untuk mengkaji sejauh mana kualitas dan harga memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Hal ini mendorong penulis untuk meneliti topik tersebut, yang kemudian dirumuskan dalam judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri)”.

⁸ Eus Saribanon Asep Muhamad Ramadan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariyah, *Manajemen Pemasaran*, Zulfa (Sukabumi: CV. Haura Utama, 2023).

⁹ Nurhayati, *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen* (Bengkulu: NEM, 2023).

¹⁰ Kiki Farida Ferine, *Determinasi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Situs Online Shop* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada beberapa rumusan masalah yang akan dibahas

1. Bagaimana kualitas produk hijab paris segi empat Umama?
2. Bagaimana harga hijab paris segi empat Umama?
3. Bagaimana keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga pada produk hijab paris segi empat Umama dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan mengenai kualitas produk hijab paris segi empat Umama
2. Untuk menjelaskan mengenai harga hijab paris segi empat Umama
3. Untuk menjelaskan mengenai keputusan pembelian Pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan

pembelian hijab paris segi empat Umama Pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

5. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama Pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga pada produk hijab paris segi empat Umama dapat mempengaruhi keputusan pembelian Pada Santri Putri Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Temuan penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk dan harga, terutama dalam konteks industri fashion hijab. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut terkait topik serupa.

2. Kegunaan Secara praktis

- a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para pelaku usaha, khususnya penjual hijab paris segi empat Umama, tentang pentingnya menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan pemahaman ini, mereka dapat meningkatkan penjualan, kepuasan pelanggan, serta menyesuaikan

produk dengan kebutuhan konsumen, seperti santri di pondok pesantren.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi atau peneliti lain yang ingin mendalami variabel-variabel terkait kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian, terutama dalam konteks fashion hijab.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk membantu masyarakat, khususnya konsumen hijab di Pondok Pesantren Al Amien, dalam memahami pentingnya kualitas produk dan harga sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Dengan informasi ini, masyarakat diharapkan dapat menjadi konsumen yang lebih bijak dan kritis dalam memilih produk hijab berkualitas dan terjangkau.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti untuk meningkatkan kemampuan praktisnya dalam melakukan penelitian. Selain itu, penelitian ini merupakan bagian dari pemenuhan syarat akademik untuk meraih gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Telaah Pustaka

Fungsi utama telaah pustaka adalah untuk memberikan konteks teoretis dan ilmiah bagi penelitian yang akan dilakukan. Memiliki Fungsi sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri Angkatan 2020).¹¹ Oleh Amanda Yesi Agustina. Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli paket Whitening Ms Glow dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk dan harga. Dengan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner, penelitian melibatkan 83 responden dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tahun 2020.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penggunaan variabel yang sama, yaitu kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian, serta jenis penelitian yang serupa. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada mahasiswa IAIN Kediri, sementara penelitian ini dilakukan pada santri di Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri sebagai objeknya.

2. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hijab Basic Voal Premium Umama (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Konsumen Dari Toko Nymaz Hijab).¹² Oleh Arrum Mahrifathul Aisyah. Mahasiswi Intitut Agama Islam Negeri Kediri, 2023. Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas produk dan

¹¹ Amanda Yesi Agustina, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020)' (IAIN Kediri, 2020).

¹² Arrum Mahrifathul Aisyah, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hijab Basic Voal Premium Umama (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Konsumen Dari Toko Nymaz Hijab)' (IAIN Kediri, 2023).

harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hijab voal premium Umama di kalangan mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang berbelanja di toko Nymaz Hijab. Berdasarkan uji korelasi berganda, diperoleh nilai r sebesar 0,864, yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji T memperkuat temuan ini, di mana kualitas produk dan harga masing-masing berpengaruh signifikan. Selain itu, uji R-Square menunjukkan bahwa 74,6% variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya, yaitu 25,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada penggunaan variabel harga, keputusan pembelian, dan metode penelitian yang serupa. Namun, perbedaannya terletak pada variabel produk yang dibahas serta subjek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot, sementara penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri.

3. *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk ZA (Studi Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot)*.¹³ Oleh Miya Ulfatu' Aini. Mahasiswi Intitut Agama Islam Negeri Kediri, 2022. Penelitian ini mengungkapkan bahwa produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk ZA di UD Pertanian Eka Tani Ngronggot. Berdasarkan analisis korelasi Pearson, hubungan antara produk dan keputusan pembelian berada pada tingkat sedang, sedangkan

¹³ Miya Ulfatu' Aini, 'Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk ZA (Studi Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot)' (IAIN Kediri, 2023).

hubungan antara harga dan keputusan pembelian berada pada tingkat kuat. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa produk dan harga secara bersamaan memberikan kontribusi sebesar 61,5% terhadap keputusan pembelian, sementara 38,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penggunaan variabel harga, keputusan pembelian, dan metode penelitian yang serupa. Namun, perbedaannya terletak pada variabel produk dan subjek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot, sedangkan penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri.

4. *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Saham ACES: Studi Pada Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Di Kediri*. Oleh Devi Fitrotul Azizah. Mahasiswi Intitut Agama Islam Negeri Kediri, 2024.¹⁴ Penelitian ini mengungkapkan bahwa harga dan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian saham *ACES* di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Kediri. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel harga dan produk secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 36,6%, sementara sisanya, yaitu 63,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti promosi dan lokasi.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan variabel harga, keputusan pembelian, serta jenis penelitian

¹⁴ Dewi Fitrotul Azizah, 'Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Saham ACES: Studi Pada Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Di Kediri' (IAIN Kediri, 2024).

yang serupa. Perbedaannya terdapat pada variabel produk yang dibahas dan subjek penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di Galeri *Investasi* Bursa Efek Indonesia Kediri, sementara penelitian ini berfokus pada Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri.

5. *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Differentiation Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hijab "Lozy"*, Oleh Erna Mei Fatmawati. Mahasiswi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. 2021.¹⁵ Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran, baik melalui penggunaan celebrity endorser maupun penerapan diferensiasi, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijab "Lozy". Semakin efektif pemanfaatan *celebrity endorser* dan penerapan strategi diferensiasi, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan daya tarik dan penjualan produk di pasar yang kompetitif.

Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penggunaan variabel keputusan pembelian serta jenis penelitian yang serupa. Namun, perbedaannya terletak pada variabel *celebrity endorsement*, *diferensiasi*, serta subjek penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sedangkan penelitian ini berfokus pada Pondok Pesantren Al Amien Kota Kediri.

¹⁵ Erna Mei Fatmawati, 'Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Differentiation Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hijab "Lozy"' (Universitas PGRI Adi Buana Surabaya., 2021).

F. Hipotesis Penelitian

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian hijab paris segi empat Umama.