

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di
Sambi Swalayan Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

ANDRA VERONIKA

9313.007.18

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah
di Sambi Swalayan Kediri)**

**ANDRA VERONIKA
NIM. 9313.007.18**

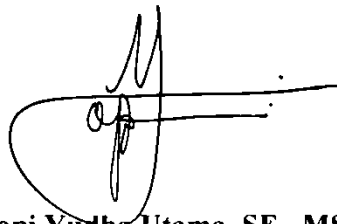
Disetujui oleh:

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Yopi Yudha Utama, SE., MSA.
NIP. 19920622 201903 1 008

NOTA DINAS

Kediri, 21 Juni 2022

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

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Insititut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamual’alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

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

Nama: ANDRA VERONIKA

NIM : 9313.007.18

Judul : Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri).

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 diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian harap maklum dan atas kesediaannya kami ucapkan terimakasih.

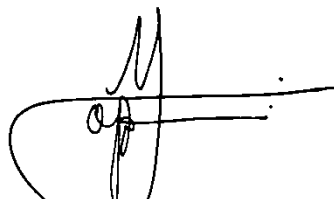
Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Yopi Yudha Utama, SE., MSA.
NIP. 19920622 201903 1 008

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 13 Juli 2022

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

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Insititut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamual'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Bersama surat ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : ANDRA VERONIKA
NIM : 9313.007.18
Judul : Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri).

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian harap maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

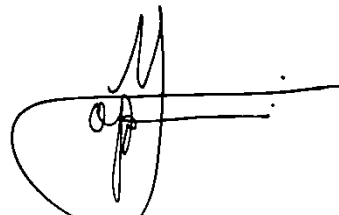
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Yopi Yudha Utama, SE., MSA.
NIP. 19920622 201903 1 008

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri)**

ANDRA VERONIKA

9313.007.18

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 13 Juli 2022

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Sri Anugrah Natalina, SE., MM.

NIP. 19771225 200901 2 006

(.....)

2. Penguji I

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

NIP. 19740528 200312 2 001

(.....)

3. Penguji II

Yopi Yudha Utama, SE., MSA.

NIP. 19920622 201903 1 008

(.....)

Kediri, 20 Juli 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Iqom Annas Mushlihin, MHI

NIP. 197501011998031002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN**

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Andra Veronika

NIM : 931300718

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

E-mail address : andraverro22@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri)

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 27 Juli 2022
Penulis

(Andra Veronika)

MOTTO

وَلَا تُبَدِّرْ تَبَدِيرًا إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ

“ Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan”

(Q.S. al-Isra' [17] : 26-27)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbil 'alamin* setelah perjalanan dan juga perjuangan panjang yang sudah terlewati akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dan dengan rasa bangga serta rasa syukur, karya tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Khorul Ibad dan Ibu Suriyanah yang tidak pernah lelah dalam membimbing, memotivasi, menyayangi serta mendoakan saya dengan penuh ketulusan dan keikhlasan,
2. Adik saya, Gilang Dwi Saputra yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini,
3. Dosen Pembimbing saya, yakni Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM. dan Bapak Yopi Yudha Utama, SE., MSA. yang dengan sabar dan ikhlas dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai,
4. Partner sekaligus saudara saya, Ahmad Risqi Subekti yang selalu memberi dukungan, semangat dan doa dalam pengerjaan skripsi ini,
5. Sahabat saya, Okatvia Ika Rahmawati yang bersedia berbagi pengalaman dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini,
6. Teman-teman saya, Erika Mei Eviolina, Ananda Putri Nurul Haq dan Hanyn yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini,
7. Keluarga besar Ibu Sringah dan Bapak Mukani, yang telah memberikan semangat dan doa untuk penyelesaian skripsi ini,

8. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih untuk semua hal baik yang sudah diberikan untuk mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Veronika, Andra. 2022. *Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kediri. Dosen Pembimbing I Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM. dan Dosen Pembimbing II Yopi Yudha Utama, SE., MSA.

Kata Kunci: Persepsi, Keputusan Pembelian

Persepsi adalah proses ketika seseorang menerima rangsangan, kemudian mengolahnya untuk menciptakan sebuah makna. Sedangkan keputusan pembelian adalah tahap dimana seseorang benar-benar memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dan keputusan pembelian konsumen, lalu juga untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 96 orang yang pernah melakukan pembelian produk Wardah di Sambi Swalayan.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah persepsi (X) dan keputusan pembelian (Y) berada dalam kategori “cukup”. Lalu juga terdapat korelasi dengan tingkat sedang antara variabel persepsi dengan variabel keputusan pembelian sesuai dengan hasil uji korelasi yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r sebesar 0,554. Berdasarkan hasil uji t mendapatkan hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan model regresi linear sederhana yaitu $Y = 29,717 + 0,460X$ yang mana nilai koefisien b bernilai positif sehingga dapat disimpulkan arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Kemudian berdasarkan nilai R^2 yaitu sebesar 0,306 yang berarti variabel persepsi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 30,6% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Sambi Swalayan Kediri)”**. Sholawat serta salam semoga senantiasa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pe,bawa risalah ke-Islaman, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku rektor IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslihin, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
3. Ibu Nuril Hidayati, S. Fil., M. Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

4. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM., selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini,
5. Bapak Yopi Yudha Utama, S.E., MSA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini,
6. Ibu Sri Anugrah Natalina, SE., MM., selaku dosen penguji utama pada saat ujian munaqasah,
7. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan,
8. Mbak Elvira Oktavia, selaku FC ATR (*Field Controller-Assistant Trainer*) Wardah DC Kediri yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian,
9. Bapak Tri Laksono Santoso, SE., selaku pimpinan Sambi Swalayan yang telah memberikan izin penelitian, waktu dan segala bantuan dalam penyelesaian skripsi ini,
10. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi dukungan baik berupa motivasi dan arahan maupun dukungan materi,
11. Teman-teman Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2018 yang telah menemani masa-masa kuliah dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat

bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 12 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penulisan	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Penelitian Terdahulu	13
F. Hipotesis Penelitian.....	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Persepsi	19
1. Pengertian Persepsi	19
2. Proses Terbentuknya Persepsi Konsumen.....	20
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	21
4. Stimuli dalam Persepsi	22
5. Dimensi Persepsi	23
B. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
C. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam	30
D. Keterkaitan antara Persepsi dengan Keputusan Pembelian	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	33
B. Definisi Operasional.....	33
C. Lokasi Penelitian	36
D. Jenis dan Sumber Data	37
E. Populasi dan Sampel	37
F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data	40

H. Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah Sambu Swalayan	48
2. Struktur Organisasi Sambu Swalayan	50
3. Produk Kosmetik Wardah di Sambu Swalayan	51
B. Deskripsi Data	53
1. Usia Responden	54
2. Waktu Responden Menggunakan Produk Kosmetik Wardah	55
3. Intensitas Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Sambu Swalayan	56
C. Analisis Data	57
1. Uji Instrumen	57
a. Uji Validitas	57
b. Uji Reliabilitas	60
2. Analisis Deskriptif	61
3. Uji Asumsi Klasik	66
A. Uji Normalitas	66
B. Uji Heteroskedastisitas	67
C. Uji Autokorelasi	69
4. Analisis Korelasi	70
5. Analisis Regresi Linier Sederhana	72

6. Uji t.....	73
7. Uji Koefisien Determinasi.....	74
BAB V PEMBAHASAN	
A. Persepsi Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Sambi Swalayan	76
B. Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Sambi Swalayan	81
C. Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Sambi Swalayan	87
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Swalayan di Kecamatan Ringinrejo	3
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Swalayan di Kecamatan Ringinrejo	4
Tabel 1.3 Data Responden Memilih Merek Kosmetik di Sambi Swalayan	6
Tabel 1.4 TOP <i>Brand Index</i> Kosmetik Wardah Tahun 2021 (Fase 1)	7
Tabel 1.5 Faktor yang Mempengaruhi Konsumen untuk Membeli Produk Kosmetik Wardah di Sambi Swalayan.....	9
Tabel 3.1 Indikator Variabel X	34
Tabel 3.2 Indikator Variabel Y	36
Tabel 3.3 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Daftar Produk Kosmetik Wardah yang Dijual di Sambi Swalayan.....	51
Tabel 4.2 Data Usia Responden	54
Tabel 4.3 Data terkait Waktu Penggunaan Kosmetik Wardah	55
Tabel 4.4 Data terkait Intensitas Pembelian Produk Kosmetik Wardah.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X)	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi (X)	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61

Tabel 4.9 Data Hasil Kuesioner Variabel X dan Variabel Y	61
Tabel 4.10 Analisis Statistik Data Hasil Penelitian	64
Tabel 4.11 Kategori Nilai Variabel Persepsi (X)	64
Tabel 4.12 Kategori Nilai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	72
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sambi Swalayan	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	102
Lampiran 3: Hasil <i>Output</i> SPSS 21.....	108
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian	113
Lampiran 5: Balasan Surat Izin Penelitian.....	114
Lampiran 6: Daftar Konsultasi Skripsi	115
Lampiran 7: Dokumentasi Foto Penelitian	117
Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	118