

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah
Cosmetics di Wardah *Beauty House* Yogyakarta)**



SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN DALAM MENEMPUH PENELITIAN
SKRIPSI PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM

DISUSUN OLEH:

LUQMAN IQBAL AL MUBARAK
11391032

Pembimbing:

- 1. Sunarsih., SE, M.Si**
- 2. Dr.Ibnu Mudhir., M.Ag**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGAYOGYAKATA
2015**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk harga dan promosi sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian produk Wardah *cosmetics* di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta yang jumlahnya tidak terhitung sehingga jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Sampel yang digunakan adalah 100 konsumen Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 2,456 atau 245,6%, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 2,253 atau 225,3%, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 2,384 atau 238,4%. Secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 270% dan sisanya 730% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Konsumen*



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Luqman Iqbal Al Mubarak
Lamp : I

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Luqman Iqbal Al-Mubarak
NIM : 11391032
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House Yogyakarta).**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Rabiul Awwal 1437 H
22 Desember 2015 M

Sunarsih., S.E., M. Si.
NIP. 19740911 199903 2 001



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Luqman Iqbal Al Mubarak
Lamp : I

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

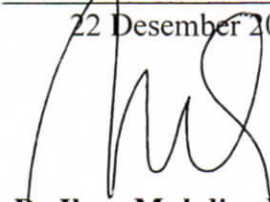
Nama : Luqman Iqbal Al-Mubarak
NIM : 11391032
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House Yogyakarta).**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Rabiul Awwal 1437 H
22 Desember 2015 M


Dr. Ibnu Muhdir., M. Ag
NIP. 19641112 199203 1 006



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/322/2015

Tugas Akhir dengan judul :
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN WARDAH *COSMETICS* DI WARDAH
BEAUTY HOUSE YOGYAKARTA)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : LUQMAN IQBAL AL MUBARAK
Nomor Induk Mahasiswa : 11391032
Telah diujikan pada : Kamis, 31 Desember 2015
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

Dinyatakan diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Sunarsih, S.E., M.Si

NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji I

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

Penguji II

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si

NIP. 19661119 199203 1 002

Yogyakarta, 04 Januari 2016
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum
Dekan,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Luqman Iqbal Al Mubarak
NIM : 11391032
Fakultas-Prodi : Syariah dan Hukum – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsmen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 22 Desember 2015

Penyusun



Luqman Iqbal Al Mubarak
NIM. 11391032

PEDOMAN TRASLETERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Kosongan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak ditambahkan	Tidak dilambangkan
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṡā	ś	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	ka dan ha
د	dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	ṡin	s	es
سین	syīn	sy	es dan ye
ص	ṡād	ś	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fā	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāwu	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	yā	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *Tā' marbūṭah* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	'illah
كرامة الأولياء	ditulis	Karamāh al- auliya'

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fatḥah	ditulis	<i>a</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جا هليّة	Ditulis	\bar{A}
	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati تَنسَى	Ditulis	\bar{a}
	Ditulis	<i>tansā</i>
3. kasrah + yā' mati كَرِيم	Ditulis	\bar{i}
	Ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍamah + wāwu mati فَرُوض	Ditulis	\bar{u}
	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Ai</i>
	Ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْل	Ditulis	<i>au</i>
	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أُعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamarriyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

MOTTO

“BERSYUKUR”



PERSEMBAHAN

Karya tulis ini khusus saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Drs. H. M Ali Imron S.Pdi dan Ibu Dra. Hj Siti Miskiyah yang selalu menjadi pengobar semangat dalam menuntut ilmu.

Serta kepada kakak saya Alifatunnafiah dan Abdul Aziz Muslim dan adik tercinta saya Nabiela Maulida.

Nofi Romadhoningrum yang tak pernah lupa menanyakan kapan wisuda.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puja dan puji hanyalah milik Allah semata, tuhan semesta alam. Dengan karunia dan rahmatnya manusia senantiasa mengembangkan segala kemampuan untuk terus berkarya dan beribadah. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi kita yakni Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, para sahabat, tabi'in dan tabiat serta pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Alhamdulillah penyusun sebagai penyusun sangat bersyukur dengan karunia Allah SWT, tugas akhir berupa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah *Cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta)” bisa dapat terselesaikan dengan baik, walaupun penyusun menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat penyusun harapkan demi kesempurnaan penyusun dimasa yang akan datang.

Penyusun mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah ikut serta membantu dalam penyusunan laporan ini, bantuan berupa do'a serta bimbingannya.

Untuk itu sebagai rasa syukur, pada kesempatan ini perkenankan untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Machasin, M.A. selaku Pelaksana Tugas Sementara Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq M. Hanafi., M.Ag. selaku dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Sunaryati, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Sunarsih., SE.M.Si., selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Ibnu Muhdir., M. Ag., selaku Pembimbing II yang memberikan pengarahan, memberikan Ilmu, hingga terselesaikannya Skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ibnu Qizam, S.e. Akt., M.Si., selaku Pembimbing Akademik, terimakasih banyak atas bimbingan dan nasehatnya yang telah diberikan.
6. Kepada seluruh Dosen yang telah mengampu, terkhusus Dosen Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, semoga amal ibadah para Dosen Pengampu dibalas oleh Allah SWT, amin.
7. Kepada Staf TU Keuangan Islam, Karyawan, di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, terimakasih telah

membantu penyusun selama prosesi pengurusan Akademik ataupun prosesi perkuliahan.

8. Kepada keluarga tercinta Bapak Drs. H. M Ali Imron. S.Pdi., dan Ibu Dra. Hj. Siti Miskiyah. Merekalah yang senantiasa mendukung secara penuh dalam melakukan segala hal. Trelebih dukungan do'a yang tak henti-hentinya dipanjatkan.
9. Kepada kakak saya tercinta Alifatunnafiah dan Abdul Aziz Muslim dan adik saya tercinta Nabiela Maulida yang selalu memberikan semangat, *i love you*.
10. Nofi Romadhoningrum yang tak henti-hentinya menanyakan kapan wisuda, mau ngerjain skripsi kapan, jangan main terus, skripsi apa kabar hahaha. Semoga menjadi yang terkasih, *i love you*.
11. Kepada teman-teman seperjuangan KUI A, B, C, dan F yang telah menemani penyusun selama Prosesi Perkuliahan dan terkhusus teman-teman seperjuangan KUI G, Ikhsan, Opi, Ukhti Yuli, Yudan, Nopi, Mulyana, Putri, Fahmi, Andre, Idar, Hani, Husen, Yahya, Yogi, Anin, Bebek, Ebi, Hesti, Viki, Idris, Dimas, Susilo. Semoga sukses bersama. Aamiin.
12. Sahabat yang secara sabar dalam memberikan pengarahan dalam mengerjakan skripsi ini, Ikhsan Budianto, Hanifah Muhibatul Haq, Ahmad Faiq Subhan, M Fahmi Arisma. Tanpa kalian aku apalah.
13. Keluarga kos dambaan para mahasiswa, kos Al Badari. Faiq, Juki, Imron, Jayen, Condro, Anas, Agung, Ikhsan.

14. Kepada teman-teman KKN (Kuliah Kerja Nyata), Thalaza, Abdul, Pohan, Putri, Ermas, Halimah, Fika yang telah memberikan makna kehangatan dalam perbedaan, tetapi masih satu bingkai kekeluarga, terimakasih sodara.
15. Kepada Wardah *Cosmetics*, yang telah memberikan waktu dan tempatnya, serta loyalitas yang diberikan sangat dirasakan atas bantuannya, saya ucapkan terimakasih banyak.
16. Kepada seluruh teman, saudara, kerabat, ataupun sahabat, yang tak mungkin penyusun tuliskan namanya satupersatu, penyusun mengucapkan banyak-banyak terimakasih.

Demikian, mudah-mudahan Skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penyusun sendiri selaku penyusun dan umumnya bagi pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi usaha penyusun dalam menggapai hasil yang diharapkan. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 17 Desember 2015

LUQMAN IQBAL AL MUBARAK
11391032

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLETERASI.....	vii
MOTTO	xii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Sistematika Pembahasan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Kualitas Produk.....	19
3. Harga	24
4. Promosi	27
5. Keputusan Pembelian.....	30
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Jenis Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data	43
1. Metode Analisis Data.....	43
2. Analisis Regresi Berganda	46
3. Uji Statistik F	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	49
B. Pengujian Instrumen Penelitian	52

1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	52
C. Uji Asumsi Klasik	55
1. Uji Multikolinieritas	55
2. Uji Heteroskedastisitas	56
3. Uji Normalitas	57
D. Analisis Regresi Berganda	60
E. Uji Hipotesis	61
1. Koefisien Determinasi	61
2. Uji F (Simultan)	62
3. Uji t (Parsial)	63
F. Pembahasan	65
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
2. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
3. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
4. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
5. Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
6. Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	52
7. Tabel 4.7 Hasil Uji reliabilitas	54
8. Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	55
9. Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Kolmogorov Smirnov.....	59
10. Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
11. Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
12. Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	62
13. Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	64

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual 34
2. Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 57
3. Gambar 4.2 Hasil Uji Plot..... 59



DAFTAR LAMPIRAN

1. Terjemahan	I
2. Data Variabel Responden.....	II
3. Kuesioner	XI
4. Hasil Uji SPSS	XIV
5. Sekilas Tentang Wardah Cosmetics.....	XXIII
6. CV.....	XXIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan perusahaan yang semakin ketat saat ini, menuntut perusahaan untuk menerapkan standar kualitas pada produk yang dihasilkannya. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil atau tidaknya produk tersebut menembus pasar. Persoalan yang kemudian muncul adalah apabila produk yang dihasilkan suatu perusahaan merupakan produk yang jua dihasilkan oleh perusahaan lain, sehingga hal ini menimbulkan kompetisi atau persaingan dari berbagai perusahaan-perusahaan yang ada. Perusahaan yang satu dengan yang lain akan saling berkompetisi agar produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang paling baik diantara produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan sejenis.¹

Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu.² Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, terlebih untuk tampil menarik dengan menggunakan berbagai varian kosmetik. Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, agar tampil lebih cantik dan menarik.

¹ Jaluanto dan Dyah, *Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas dan Volume Penjualan*, (Semarang: Serat Activa Jurnal Ilmiah Untag, 2011), hlm. 1.

² Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi ke-9 jilid 1, alih bahasa oleh Alexander Sindoro, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Media, 2003), hlm. 21.

Konsumen harus selektif dalam memilih merek kosmetik yang sesuai dengan kebutuhannya.

Saat ini perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pelanggan kosmetik pada tahun 2012 sebesar 14% menjadi Rp 9,76 triliun dari sebelumnya Rp 8,5 triliun,³ berdasarkan data kementerian perindustrian. Ini mengindikasikan bahwa adanya peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan kosmetik. Peningkatan tersebut membuat persaingan industri kosmetik menjadi salah satu peluang yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Dengan semakin banyaknya jenis kosmetik yang ada, maka perusahaan kosmetik harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi pemakai kosmetik itu sendiri baik dari segi kualitasnya dan kelengkapan macam-macam alat kosmetik sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Dalam pengambilan keputusan tersebut, konsumen akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya faktor kualitas produk, harga dan promosi.⁴ Kualitas produk adalah hal utama yang mempengaruhi keputusan pembeli. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan meningkatkan minat konsumen untuk memilih atau membeli produk

³ “Kemenperin: Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik “
<http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik> Akses 31 Oktober 2015.

⁴ Fransisca Dewi Ritonga, “Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Psikologis Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone merk Nokia”, *Skripsi* Universitas Sumatera Utara, (2008), hlm. 14.

tersebut. Kemudian apabila kualitas tersebut selalu meningkat seiring banyaknya permintaan konsumen, akan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli ulang produk.

Wardah *cosmetics* dengan label *halal* sebagai jaminan kualitasnya mampu meningkatkan rasa percaya diri wanita-wanita muslimah karena Wardah *cosmetics* menawarkan hal yang berbeda. Polesan riasan yang tidak berlebihan dan cocok dengan kepribadian masing-masing wanita, menjadikan Wardah *cosmetics* tidak hanya sebagai kosmetik tubuh, melainkan juga sebagai kosmetik jiwa yang mampu menonjolkan kharisma tanpa berlebih-lebihan. Wardah *cosmetics* tetap mengutamakan kualitasnya, harga yang ditawarkan murah namun Wardah *cosmetics* tetap mempertahankan kualitas produk, karena jaminan bahan-bahan yang terkandung aman dan *halal*.⁵

Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk merangsang respon pasar yang lebih kuat. Harga produk diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan suatu produk, serta akan mempengaruhi konsumen untuk tidak memilih produk pesaing. Wardah *Cosmetics* hadir dengan harga yang murah dan kualitas yang sangat baik sehingga diharapkan mampu menarik pembeli dan menjadi konsumen yang loyal. Serta beragam promosi untuk menjadikan produk Wardah *cosmetics* menjadi yang terbaik dibandingkan para pesaingnya. Wardah *cosmetics* sering memberikan

⁵ Wawancara dengan Nofi R, Konsumen produk Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta, tanggal 30 November 2015.

diskon bagi konsumen pada momen-momen tertentu, misalkan pada saat hari raya Wardah *cosmetics* memberikan promo diskon untuk paket *make-up* tertentu.⁶

PT. Paragon *Technology and Innovation* adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. Produknya diproduksi dalam tiga merek, yaitu Puteri, Zahra dan Wardah. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus dengan merek Wardah. Pemilihan ini didasarkan pada sistem penjualan dan segmen produk. Wardah dijual secara bebas, Puteri dikhususkan untuk segmen salon kecantikan, sedangkan Zahra didistribusikan melalui *Multi Level Marketing* (MLM). Mengusung label kosmetik “*HALAL*” awalnya membuat ruang gerak Wardah sangat terbatas. Namun dengan terobosan pemasaran yang konsisten dan terintegrasi, kini Wardah *cosmetic* tumbuh menjadi kosmetik *halal* terbesar di dunia.⁷

Dengan label *halal* yang diusung oleh produk Wardah *cosmetics* akan mempermudah perusahaan untuk mempromosikan produk yang berbeda dengan kosmetik merk lain. Hal ini akan lebih mempengaruhi para konsumen muslim untuk memilih produk Wardah *cosmetics* karena label promosi yang berbeda dengan produk ksmetik lain. Wardah *cosmetics* memberikan informasi yang cukup untuk para konsumen, contohnya dalam beriklan dan mempromosikan

⁶ Wawancara dengan Nofi R, Konsumen produk Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta, tanggal 30 November 2015.

⁷ “Diaspora Indonesia: Jaringan Anak Negeri Hebat di Mancanegara”, <http://swa.co.id/edition/diaspora-indonesia-jaringan-anak-negeri-hebat-di-mancanegara-swa-edisi-182012>, Akses 18 September 2015.

produk terbaru dari Wardah *cosmetics* sendiri, ketertarikan dari kehalalan produk juga membuat para konsumen muslimah lebih memilih produk yang sudah jelas halal, karena tidak menghalangi kita untuk beribadah.⁸

Keberadaan label halal pada produk kosmetik memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam memengaruhi minat beli ulang konsumen. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar nyaman dalam mengonsumsi produk, penting bagi perusahaan untuk memberitahukan manfaat dan cara penggunaan produk. Pada produk kosmetik, harus dicantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk.⁹ Produk halal kini bukan lagi semata-mata isu agama Islam, tetapi sudah menjadi isu di bidang bisnis dan perdagangan saat ini. Jaminan halal sebuah produk sudah menjadi simbol global bahwa produk yang bersangkutan terjamin kualitasnya.¹⁰

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeni Purwani menunjukkan bahwa uji F yaitu variabel produk, harga dan faktor emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sabun lux. Uji t yaitu bahwa variabel produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan

⁸ Wawancara dengan Novi R, Konsumen produk Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta, tanggal 30 November 2015.

⁹ Wahyu Budi Utami, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian", *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, (2013), hlm. 80.

¹⁰ "Yang Terbaru Tentang Placenta": *Republika Online*, <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/info-halal/08/12/17/20905-yang-terbaru-tentang-plasenta>, Akses 14 Desember 2015.

pembelian sabun lux, sedangkan variabel harga dan variabel emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun lux.¹¹

Untuk membuat suatu produk dengan berbagai macam atribut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pihak Wardah *cosmetics* harus mengetahui perilaku konsumen, karena dalam perkembangan konsep pemasaran, konsumen adalah konsentrasi utama perusahaan. Para praktisi dan akademisi mencoba mengkaji aspek-aspek konsumen dalam hal mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan mampu meraih pangsa pasar yang tersedia.

Dari uraian dan analisis data maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah *Cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen?

¹¹ Yeni Purwani, “Pengaruh Produk, Harga dan Faktor Emosional Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Sabun Lux Cair”, *Skripsi* Universitas Sumatera Utara, (2007), hlm. 77.

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan terhadap keputusan konsumen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan terhadap keputusan konsumen.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi promosi yang lebih baik dan menambah informasi bagi perusahaan.

2. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas produk, penetapan harga, promosi dalam keputusan pembelian Wardah *cosmetics*.

3. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan informasi tambahan bagi pembaca untuk menambah referensi penelitian yang lebih baik selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu gambaran umum penelitian, dengan mencantumkan pembahasan demi pembahasan untuk dijadikan landasan peneliti guna mengerjakan sebuah penelitian yang terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, merupakan judul yang berisikan sub-sub bab mengenai latar belakang, pokok masalah, tujuan dan kegunaan, dan sistematika pembahasan. Dari latar belakang berisikan fenomena mengenai konsumen yang akan mengambil keputusan pembelian, serta gambaran umum Wardah *Beauty House* Yogyakarta.

Bab II Landasan Teori, didalamnya terdapat sub-sub judul yang terdiri dari; telaah pustaka, landasan teori, serta hipotesisi. Dari sub judul telaah pustaka membahas mengenai penelitian-penelitian yang sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, dan landasan teori membahas teori-teori yang akan dijadikan landasan dalam penelitian ini, seperti, pemasaran, kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian dan kerangka konseptual penelitian, dan sub bab yang terakhir mengenai hipotesis, atau praduga peneliti yang akan dijadikan penelitian.

Bab III Metode Penelitian, di dalamnya berisikan sub-sub bab terdiri dari; jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, sumber data, definisi variabel, teknik skala pengukuran data primer, dan teknik analisis

data. Bab III ini menjelaskan metode penelitian yang nantinya akan dijadikan landasan penelitian dari jenis penelitian, populasi dan pengambilan sampel sampai teknik analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, di dalamnya berisikan sub-sub bab terdiri dari; analisis kualitatif responden, hasil analisis data, hasil uji instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linier berganda, dan pembahasan. Dimana di bab ini, data yang telah di peroleh oleh peneliti harus diolah dan hasil olahan datanya atau outputnya di cantumkan serta diberikan pembahasannya.

Bab V Penutup, pada bab terakhir ini, sub bab berisikan kesimpulan dan saran. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan poin-poinnya di bab terakhir ini, dan saran mengenai hasil penelitian baik ditujukan untuk obyek penelitian atau untuk peneliti selanjutnya dicantumkan juga pada bab ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen yang telah dilakukan, peneliti menemukan hasil sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Wardah *Beauty House* Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat produk yang dijual sudah memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal kualitas produk. Sehingga para konsumen melakukan pembelian atas dasar kualitas produk Wardah *cosmetics*.
2. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Wardah *Beauty House* Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produsen kosmetik lain. Sehingga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.
3. Variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Wardah *Beauty House* Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat promosi yang dilakukan oleh produsen sudah menarik dan memotivasi konsumen untuk tetap membeli ataupun menggunakan produk Wardah *cosmetics*. Sehingga keputusan pembelian yang

dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan oleh Wardah *cosmetics*.

4. Berdasarkan Tabel "Model Summary" adjusted R² mempunyai nilai 0,70 jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1), harga (X2), promosi (X3), terhadap keputusan konsumen (Y) pengguna produk Wardah *cosmetics* di Wardah *Beauty House* Yogyakarta dapat dijelaskan sebesar 27%, sedangkan 73% dipengaruhi variabel lain yang tidak dicantumkan, seperti tempat, cuaca, citra merek.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, ada beberapa yang akan peneliti sampaikan, yakni:

1. Kualitas produk perlu ditingkatkan agar konsumen tetap puas dalam menggunakan produk Wardah *cosmetics*.
2. Melakukan diskon atau promo akan lebih meningkatkan ketertarikan konsumen untuk memilih produk Wardah *cosmetics* dibandingkan menggunakan produk kosmetik lain. Dan meningkatkan penayangan iklan di media elektronik dan menyponsori beberapa program di televisi untuk lebih menarik konsumen dalam melakukan pembelian.
3. Diharapkan untuk penelitian berikutnya, mempunyai tambahan suatu variabel yang ada keterkaitannya dengan keputusan pembelian, guna mengembangkan penelitian yang telah peneliti lakukan dan meningkatkan pembelian terhadap produk Wardah *cosmetics*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Hadis:

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2000

Sumber Buku:

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta, 2007

Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002

Boyd, Harper W Jr, Walker, Orville C Jr, Larreche, Jean Claude, 2000, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, alih bahasa Nurmawan, Imam, Edisi Kedua, Jilid Dua, Jakarta, Erlangga

Cravens, David. W, *Pemasaran Strategi*, Jakarta: Erlangga, 1996

Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman. *Intisari Pemasaran & Unsur- unsur Pemasaran*, Bandung: CV. Linda Karya, 2002

Hamid, Abdul, *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007

Hasan, Ali, *Marketing*, Yogyakarta: Media Utama, 2008

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008

Horngren, C.T, S.M. Datar., dan G. Foster. *Akuntansi Biaya: Penekanan Manajerial*, Terjemahan D. Adhariani, Jilid 2. PT Indeks. Jakarta. 2008

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011

Indriantoro, Nur. Supomo, Bambang, *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE, 2011

Jalaluddin Abdurrahman Al-Suyuthy, *Al-Asybah wa an-Nadâir fi Qawâid wa Furû'î al-Fiqh asy-Syâfi'i*, Beirut: Dâr al-Fikr, 1996

- Kotler ,Philip, dan Amstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Damos Sihombing, Edisi ke-8 Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2001
- Kotler ,Philip, dan Amstrong, Gary, *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi ke-7, Alih Bahas Alexander Sindoro, Jakarta: Salemba Empat, 2004
- Kotler ,Philip, dan Amstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran I*, alih bahasa Bob Sabran, Edisi ke-12, Jakarta: Erlangga, 2008
- Kotler ,Philip, dan Amstrong, Gary, *Manajemen Pemasaran dan.Pemasaran Jasa*, Edisi ke-14, Jilid 1, alih bahasa Benyamin Molan, Jakarta: Prenhallindo, 2012
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Terjemahan Hendri Teguh dan Rony A, Rusli, .Jakarta: Perihallindo, 2002
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-11 Jilid 1, alih bahasa Benyamin Molan, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 1, alih bahasa Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, .Jakarta: PT Prenhallindo, 2000
- Kotler, Philip, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-8 Jilid 1, alih bahasa Dimos Sihombing, Jakarta: Erlangga, 2001
- Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi ke-9 jilid 1, alih bahasa oleh Alexander Sindoro, Jakarta: PT Indeks Kelompok Media, 2003
- Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Lamb, Charles W, *Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Lopiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Saladin, Djaslim, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya, 2004
- Schiffman, Kanuk, *Perilaku Konsumen* Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2007
- Sekaran., Bougie, *Research Method for business: a skill building approach*, United Kingdom: John Wiley and Sons ltd, 2009

- Siregar, B., B. Suropto, D. Hapsoro, E.W. Lo, dan F. Biyanto. *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2013
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Suharyadi dan Purwanto S. K, *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2013
- Swastha, Basu, *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2002
- Syamsul Hadi, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta: Ekonesia, 2006
- Tjiptono, Fandi, Gregorius Chandra dan Dadi Andriana, *Pemasaran Strategik*, Andi: Yogyakarta, 2008
- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing, Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Jakarta: PT. Gramedia, 2012

Sumber Jurnal:

- Ardiani Sri Yuni, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia (Studi Pada Masyarakat Di Kec.Mranggen Kab.Demak)”, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Semarang, (2009)
- Dwi, Anggoro dan Rahayu, Sri, “Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang)”, *Jurnal ekonomi dan manajemen*, Universitas Diponegoro. (2012)
- Pamujo, Novian Yuga, “Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise (Studi Pada Kedai Digital 7 Di Semarang)”, *Skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang, (2011)
- Fawzee Beby Karina, “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bioskop 21 Sun Plaza Medan”, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Sumatera Utara, Medan (2010)
- Haryono Sigit, “Analisis Beberapa Atribut Produk dan Bauran Promosi serta Implikasinya Terhadap keputusan Pembelian”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 1 No.2, (Agustus 2003)

Jaluanto dan Dyah, “Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas dan Volume Penjualan”, *Jurnal Ilmiah UNTAG*,(Semarang 2011)

Ritawati Tedjakusuma dkk, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya”, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga*, Surabaya (2001)

Santi Elfitri, “Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Jaya Herbal Cabang Padang”, *Jurnal Politeknik Negeri Padang*, (2010)

Sumber Skripsi:

Desi Siswana, “Pengaruh Kenaikan Harga Tiket Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. DR HIMPAK Medan”, *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara. Medan, (2007)

Purwani Yeni, “Pengaruh Produk, Harga dan Faktor Emosional Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Sabun Lux Cair”, *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara, (2007)

Ritonga Fransisca Dewi, “Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Psikologis Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone merk Nokia”, *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara, (2008)

Utami Wahyu Budi, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian”, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta , (2013)

Website:

Kemenperin: Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik
<http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik> Akses 31 Oktober 2015

Diaspora Indonesia: Jaringan Anak Negeri Hebat di Mancanegara,
<http://swa.co.id/edition/diaspora-indonesia-jaringan-anak-negeri-hebat-di-mancanegara-swa-edisi-182012>, Akses 18 September 2015

Yang Terbaru Tentang Placenta: Republika Online,
<http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/info-halal/08/12/17/20905-yang-terbaru-tentang-plasenta>, Akses 14 Desember 2015

Lampiran I

Terjemahan Dalil dan Ayat Al-Qur'an

No	Fn	Hlm	Terjemahan
1	13	16	“Setiap jual beli diperbolehkan asal tidak menunjukkan bukti larangan”
2	25	21	“Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri.”
3	26	21	“ Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezeki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat". Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.”
4	33	26	“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”
5	39	30	“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengadakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengadakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.”

Lampiran II

Data Variabel Responden

NO	Umur	Pendidikan	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan
1	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
2	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
3	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
4	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
5	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
6	36-45 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
7	36-45 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
8	36-45 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
9	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	2.100.000-3.000.000
10	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	2.100.000-3.000.000
11	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	2.100.000-3.000.000
12	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	2.100.000-3.000.000
13	36-45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	2.100.000-3.000.000
14	26-35 th	D3	P	PNS	1.100.000-2.000.000
15	26-35 th	D3	P	PNS	1.100.000-2.000.000
16	26-35 th	D3	P	PNS	1.100.000-2.000.000
17	26-35 th	D3	P	PNS	1.100.000-2.000.000
18	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
19	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
20	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
21	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
22	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
23	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
24	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
25	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
26	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
27	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
28	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
29	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
30	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
31	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
32	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
33	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
34	26-35 th	Sarjana	P	PNS	1.100.000-2.000.000
35	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
36	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000

No	Umur	Pendidikan	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan
37	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
38	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
39	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
40	26-35 th	Sarjana	L	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
41	26-35 th	Sarjana	L	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
42	26-35 th	Sarjana	P	Karyawan Swasta	2.100.000-3.000.000
43	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
44	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
45	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
46	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
47	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
48	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
49	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
50	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
51	16-25 th	D3	P	Pelajar/Mahasiswa	1.100.000-2.000.000
52	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
53	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
54	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
55	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
56	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
57	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
58	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
59	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
60	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
61	16-25 th	D3	P	Karyawan Swasta	1.100.000-2.000.000
62	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
63	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
64	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
65	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
66	16-25 th	SMP	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
67	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
68	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
69	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
70	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
71	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
72	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
73	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
74	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
75	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
76	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000

No	Umur	Pendidikan	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan
77	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
78	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
79	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
80	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
81	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
82	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
83	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
84	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
85	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
86	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
87	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
88	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
89	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
90	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
91	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
92	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
93	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
94	16-25 th	SMA	P	Pelajar/Mahasiswa	100.000-1.000.000
95	>45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
96	>45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
97	>45 th	Sarjana	P	Wiraswasta	>3.000.000
98	>45 th	Sarjana	P	Lain-lain	>3.000.000
99	>45 th	Sarjana	P	Lain-lain	>3.000.000
100	>45 th	Sarjana	P	Lain-lain	>3.000.000

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
4	5	3	4	16	3	3	2	4	12	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15
4	4	3	5	16	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20	4	3	3	5	15
5	4	3	5	17	4	4	3	4	15	3	3	4	4	14	4	4	5	5	18
5	3	4	5	17	4	3	4	4	15	3	3	2	3	11	4	4	5	5	18
5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	2	14	2	5	4	5	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	4	4	3	15	4	4	3	5	16	4	3	4	4	15
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	4	4	3	5	16	3	4	4	5	16
4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	5	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	5	5	3	3	16

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
4	4	2	4	14	4	2	2	4	12	4	2	2	4	12	4	4	2	4	14
5	4	3	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18
4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	2	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18
5	5	4	5	19	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	3	4	3	2	12
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	3	5	16
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
5	5	4	5	19	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	5	5	4	5	19
5	3	3	5	16	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	3	5	17	3	3	4	4	14	4	4	4	2	14	4	3	3	4	14
4	5	3	5	17	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18	4	4	3	4	15
5	4	3	5	17	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	5	5	5	18
4	4	4	5	17	4	4	3	4	15	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	5	5	3	18

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	3	5	5	5	18	5	4	4	5	18
5	4	4	4	17	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15
5	5	4	5	19	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12
4	4	4	5	17	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
5	4	4	5	18	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	4	4	5	5	18
5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14
4	4	3	3	14	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	3	5	17	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	4	5	4	18	4	5	4	5	18	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
4	4	3	5	16	5	5	4	5	19	5	5	2	5	17	5	5	3	5	18
5	5	4	5	19	5	3	4	4	16	5	4	3	5	17	5	5	5	5	20
5	4	4	3	16	5	4	4	4	17	5	5	3	5	18	4	4	4	4	16
5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	3	4	15	4	3	3	3	13	4	4	2	3	13	4	4	3	5	16
4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	4	3	17	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
5	4	3	5	17	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	4	5	4	18	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	4	3	4	16	4	3	4	4	15	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	4	3	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
4	4	3	4	15	5	5	4	4	18	5	5	2	5	17	4	4	3	5	16
4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
4	5	4	5	18	4	4	5	5	18	2	5	4	4	15	3	4	4	3	14

X1 Kualitas Produk				Jmlh	X2 Harga				Jmlh	X3 Promosi				Jmlh	Y1 Keputusan Konsumen				Jmlh
1.1	1.2	1.3	1.4		2.1	2.2	2.3	2.4		3.1	3.2	3.3	3.4		1	2	3	4	
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18	5	4	3	4	16
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	4	3	4	16
5	4	4	5	18	4	3	4	4	15	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	4	4	3	4	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	2	2	14	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
5	4	3	4	16	4	3	3	4	14	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16





Lampiran III

KUESIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PRODUK WARDAH COSMETICS DI YOGYAKARTA

Saya mohon bantuan dari Bapak/ Ibu/ Kakak/ Adik untuk mengisi beberapa pertanyaan dan pernyataan yang ada di bawah ini dengan sejujur – jujur dan selengkap - lengkapnya.

Kuesioner ini saya susun sebagai bahan melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Wardah Cosmetics di Yogyakarta.

A. Karakteristik Responden

Petunjuk Pengisian:

- Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai
- Isilah titik – titik dengan jawaban yang sesuai

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. >16 tahun
 - b. 16 – 25 tahun
 - c. 26 – 35 tahun
 - d. 36 – 45 tahun
 - e. > 45 tahun
4. Pendidikan terakhir :
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. D3
 - d. Sarjana
5. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Wiraswasta
 - d. Karyawan Swasta
 - e. Lain-lain
6. Penghasilan (Uang Saku) Perbulan :
 - a. 100.000 – 1.000.000
 - b. 1.100.000 – 2.000.000
 - c. 2.100.000 – 3.000.000
 - d. > 3.000.000
7. Apakah anda menggunakan / mempunyai lebih dari satu item produk dari Wardah Cosmetics?
 - a. Ya
 - b. Tidak

B. Pernyataan

Petunjuk pengisian :

Jawablah pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (X) atau (√) pada kolom yang sesuai.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Skala Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas Produk					
	a. Produk Make – up dan Skin care dari wardah Cosmetics cocok untuk kulit anda					
	b. Kandungan bahan baku yang digunakan dalam Wardah Cosmetics aman bagi kulit anda					
	c. Tidak ada efek samping yang disebabkan saat menggunakan Wardah Cosmetics					
	d. Saat menggunakan Wardah Cosmetics memberikan hasil yang memuaskan					
2.	Harga					
	a. Harga produk Wardah Cosmetics sesuai dengan manfaat					
	b. Harga produk Wardah Cosmetics sesuai dengan kebutuhan					
	c. Harga produk Wardah yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen					
	d. Harga produk Wardah Cosmetics dapat bersaing dengan produk kosmetik lain					

3.	Promosi					
	a. Anda membeli produk Wardah Cosmetics karena tertarik dengan iklan					
	b. Teman – teman anda mengajak membeli produk Wardah Cosmetics					
	c. Wardah Cosmetics sering memberikan diskon kepada pelanggannya					
	d. Pelayanan BA (<i>Beauty Advisor</i>) dari Wardah Cosmetics sangat membantu saya dalam menentukan produk Wardah Cosmetics yang akan anda beli					
4.	Keputusan Pembelian					
	a. Saya puas dengan kualitas produk Wardah Cosmetics					
	b. Saya puas dengan harga produk wardah Cosmetics					
	c. Saya puas dengan promosi produk wardah Cosmetics					
	d. Saya memutuskan untuk menjadi pelanggan produk Wardah					

∞Terima Kasih∞

LAMPIRAN IV

Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.698	.706	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.8800	1.844	.443	.262	.657
X1.2	13.0600	1.774	.517	.327	.616
X1.3	13.4100	1.456	.479	.275	.651
X1.4	12.8200	1.725	.520	.338	.612

Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.796	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.9300	2.167	.592	.395	.755
X2.2	12.1800	1.866	.664	.477	.718
X2.3	12.1500	1.947	.668	.461	.716
X2.4	11.9800	2.303	.519	.312	.788

Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Promosi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.690	.699	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	12.2100	2.329	.489	.393	.615
X3.2	12.2400	2.346	.597	.425	.557
X3.3	12.5200	2.454	.356	.180	.704
X3.4	12.2300	2.300	.479	.231	.621

Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Keputusan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.670	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	12.4000	1.879	.413	.218	.609
Y1.2	12.3800	1.935	.547	.306	.537
Y1.3	12.5500	1.846	.371	.156	.642
Y1.4	12.2000	1.758	.457	.216	.578

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44740997
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.051
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.591
Asymp. Sig. (2-tailed)		.876

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

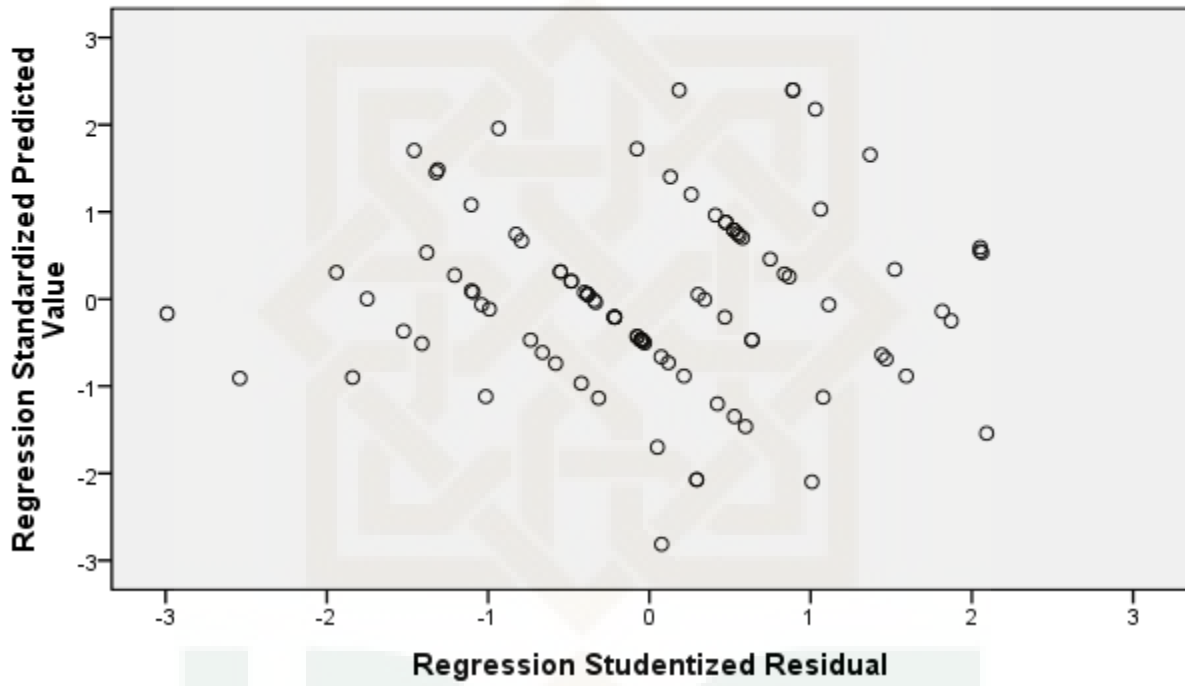
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	5.413			1.819	.234	2.975
	KUALITAS PRODUK	.243	.099	.234	2.459	.016	.815	1.227
	HARGA	.220	.097	.237	2.253	.027	.667	1.500
	PROMOSI	.204	.087	.231	2.348	.021	.762	1.313

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN



Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PROMOSI, KUALITAS PRODUK, HARGA ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	.292	.270	1.46985	1.884

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Hasil Uji Statistik F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.585	3	28.528	13.205	.000 ^a
	Residual	207.405	96	2.160		
	Total	292.990	99			

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.413	1.819		2.975	.004		
KUALITAS PRODUK	.243	.099	.234	2.459	.016	.815	1.227
HARGA	.220	.097	.237	2.253	.027	.667	1.500
PROMOSI	.204	.087	.231	2.348	.021	.762	1.313

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Gambaran Umum Wardah *Cosmetics*

PT. Paragon *Technology And Innovation* (PTI) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetika. Pada awal berdirinya dengan nama PT. Pusaka Tradisi Ibu, dan kemudian pada bulan Mei 2012 berganti nama menjadi PT. Paragon *Technology And Innovation*.

Wardah adalah salah satu kosmetik yang di produksi oleh PTI. Perusahaan ini didirikan oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985. Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. adalah Sarjana Farmasi yang juga lulusan ITB yang lulus pada tahun 1975, dan memperoleh gelar Apoteker pada tahun 1976, serta memiliki pengalaman kerja di Wella *Cosmetics* pada bagian pengendalian mutu.

Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja di bidang farmasi melandasi keberanian Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. dalam mendirikan perusahaan yang memproduksi kosmetik. Wardah adalah kosmetik bernafaskan Islami yang diproduksi oleh PTI.

Wardah adalah kosmetika suci dan aman. Suci karena produknya telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LP POM MUI dan Aman karena memakai bahan baku bermutu tinggi dan tentunya telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh DepKes.

10. EYE LINER PENCIL
Cukup sekali goresan untuk mata terbingkai sempurna! Tersedia dalam tiga pilihan warna natural.

12. EYE BROW PENCIL
Pensil lembut dengan dua warna pilihan untuk membentuk alis idaman.



13. MASCARA PERFECT LONG LASH CURLING
Must have item untuk bulu mata panjang dan lentik menawan!

14. GLITTER POWDER
Ingin tampil glamor? Tambahkan glitter untuk riasan lebih memukau. Tersedia dalam dua warna.

FACE

15. BLUSH ON
Formula *Microcoated particle* nya membuat pipi bersemu dalam sekali sapuan dengan paduan dua warna dalam tiap kemasan. Tersedia dalam 4 nuansa.



20. DOUBLE FUNCTION KIT
Eye shadow base dan *concealer* dalam satu kemasan praktis untuk riasan mata tahan lama dan menyamarkan rona kulit tak merata.

21. MAKE-UP REMOVER
Jangan lupa bersihkan wajah setelah bepergian! Hilangkan *make up waterproof* dengan pembersih yang serbaguna untuk area mata dan bibir.

EXCLUSIVE SERIES

22. EXCLUSIVE TWO WAY CAKE
Paduan bedak dan alas bedak dengan tekstur *full-coated particle* dan *soft focus agent*, yang membantu menjadikan riasan tetap halus, tidak pecah dan tahan lama. Cocok untuk *make up photo*. Tersedia dalam 5 pilihan warna.



23. EXCLUSIVE LIQUID FOUNDATION
Alas bedak cair dengan kandungan *UV protection* dan teknologi *soft focus agent* membantu menutupi garis halus kulit. Teksturnya lembut, ringan, mudah meresap dan mudah diratakan, memberikan hasil *cover* lebih maksimal. Tersedia dalam 5 pilihan warna.



24. EXCLUSIVE CREAMY FOUNDATION
Alas bedak cair dengan kandungan *Titanium Dioksida* sebagai *UV protection*. Mengandung formula yang dapat membantu menyamarkan kerut dan memberi rasa lembut pada wajah. Tersedia dalam 5 pilihan warna.



16. LUMINOUS LIQUID FOUNDATION
Foundation cair ringan yang memberikan hasil akhir *matte alami* dan bersinar. Mudah diaplikasikan dalam 4 nuansa warna natural sesuai kulit Anda. Cocok untuk kulit berminyak.



17. LUMINOUS CREAMY FOUNDATION
Samarkan noda wajah dengan *foundation* krim. *Waterproof* formula menciptakan hasil akhir halus sempurna dan tahan lama hingga sehabian.



18. LUMINOUS FACE POWDER
Sebagai sentuhan akhir, sapukan ke wajah agar lebih bersinar. *Microcoated particle* dan *Oil control* formula menyerap minyak berlebih dan menjadikan wajah lebih halus. Tersedia dalam 4 warna.



19. TWO WAY CAKE
Paduan bedak padat dan *foundation* dengan kandungan *Oil control* dan *Vitamin E*. Praktis digunakan sehari-hari untuk tampil cantik alami. Tersedia dalam 4 warna.



20. COMPACT POWDER
Bedak berformula *Micronized Powder* dan *Oil control* untuk wajah bebas kilap. Tersedia dalam 4 warna.



MAKE UP KIT

Untuk kebutuhan tata rias Anda, Wardah melengkapi koleksi *Make Up* nya dengan *Palette Make Up*. Hadir dalam 2 varian:



25. MAKE UP KIT SPECIAL EDITION

Untuk Anda yang senang bepergian, kini tak perlu repot lagi. *Palette Make Up* Wardah hadir dalam kemasan lebih ekonomis. Anda tetap dapat tampil cantik kapan pun, dimana pun.



26. MAKE UP KIT PROFESSIONAL

Palette Make Up lengkap yang terdiri atas *TWC*, *Creamy Foundation*, *Blush On*, *Eye Shadow*, *Lipstick* dan *Wondershine* (*Liquid Lip Color*) dan *Base* (*Eye & Concealer*) dalam warna-warna pilihan. Dalam kemasan eksklusif dan praktis.

PERSONAL CARE

Lengkapi ritual perawatan harian Anda dengan berbagai kosmetik berikut ini.

27. ROLL ON FOR HER & FOR HIM (60ml)
Roll on *Anti-perspirant alcohol free* dengan *Triclosan* (antibakteri), membantu mengurangi keringat dan mencegah bau badan. Nyaman dipakai dan tidak meninggalkan bekas pada kain.

LIPS

1. MATTE LIPSTICK

Tampilah elegan dengan matte lipstick. Lipstik ini dapat melembabkan karena diperkaya *Squalane* dan *Jajoba oil*. Tersedia dalam 20 pilihan warna cantik.



2. EXCLUSIVE LIPSTICK

Hadir dengan 27 warna-warna cantik yang menjadikan tampilan Anda lebih memukau. Tekstur yang lembut terasa sangat nyaman di bibir. Diperkaya *Squalane*, *Jajoba oil* dan Vitamin E, menjaga bibir tetap lembab.



3. LONG LASTING LIPSTICK

Coba sensasinya untuk warna dan kelembaban tahan lama! Tersedia dalam 12 pilihan warna.



4. HYDROGLOSS

Anda penggemar riasan ringan natural untuk sehari-hari? Coba lipstick kaya pelembab dengan ekstrak *Aloe vera* ini. Hadir dalam 4 nuansa



5. LIP GLOSS

Merawat bibir dengan ekstra pelembab dan Vitamin E. Bisa digunakan sebelum memulas lipstick.

6. WONDERSHINE

Pulasan efek kilapnya membuat bibir tampak lebih penuh dan berkilau. Tersedia dalam 5 warna menarik.



7. LIP BALM

Manjakan bibir dengan Lip Balm beraroma buah segar. Mengandung UV Protection yang memberi perlindungan ekstra dari sinar matahari. Untuk bibir tetap lembab sepanjang hari. Tersedia pilihan wewangian: *Vanilla*, *Strawberry*, *Orange*

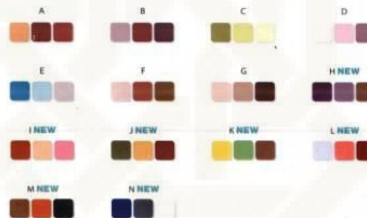
8. LIP PALETTE

Palette cantik multiwarna yang tersedia dalam tiga nuansa ini dapat di-mix & match sesuai *make up* dan tampilan Anda! (*Pinky Peach*, *ChocoAholi*, *Perfect Red*)

EYES

9. EYE SHADOW

Perona mata 3 in 1 ini siap mempercantik kelopak dengan formula *Microcoated particle* untuk hasil tahan lama. Tersedia dalam 14 nuansa.



H SKIN TREATMENT SYSTEM

TONING - MOISTURIZING			REVITALIZING		SPECIAL CARE
TONER	MOISTURIZER	INTENSIVE MOISTURIZER	MASKING	SERUM	
Normal to Dry (150 ml)	Moisturizer Cream (40 ml)	Intensive Night Cream (30 gr)	Facial Mask (60 ml)	Facial Serum Normal to Oily (5 x 5 ml)	Sunscreen Gel SPF 30 (40 ml)
Normal to Oily (150 ml)	Moisturizer Gel (40 ml)			Facial Serum Normal to Dry (5 x 5 ml)	
Lightening Face Toner (150 ml)	Lightening Day Cream Step 1 (30 gr)	Lightening Night Cream Step 1 (30 gr)	Lightening Face Mask (60 ml)	Lightening Facial Serum (5 x 5 ml)	Lightening Two Way Cake (4 warna)
	Lightening Day Cream Step 2 (30 gr)	Lightening Night Cream Step 2 (30 gr)			Lightening Body Lotion (150 ml)
Pore Tightening Toner (100 ml)	Acne Perfecting Moisturizer Gel (40 ml)				Acne Face Powder (25 g)
					Acne Treatment Gel (15 ml)

Be Inspiring in **Wardah** Way

WARDAH SKIN TREATMENT SYSTEM

PRODUK	CLEANSING		TONING - MOISTURIZING			
	CLEANSER	FACIAL WASH	SCRUB	TONER	MOISTURIZER	INTENSIVE MOISTURIZER
BASIC SERIES	Normal to Dry (150 ml)		Peeling Cream (60 ml)	Normal to Dry (150 ml)	Moisturizer Cream (40 ml)	
	Normal to Oily (150 ml)	Facial Wash (60 ml)	Facial Scrub (60 ml)	Normal to Oily (150 ml)	Moisturizer Gel (40 ml)	Intensive Night Cream (30 gr)
LIGHTENING SERIES	Lightening Milk Cleanser (150 ml)	Lightening Gentle Wash (60 ml)	Lightening Facial Scrub (60 ml)	Lightening Face Toner (150 ml)	Lightening Day Cream Step 1 (30 gr)	Lightening Night Cream Step 1 (30 gr)
					Lightening Day Cream Step 2 (30 gr)	Lightening Night Cream Step 2 (30 gr)
ACNE SERIES		Acne Cleansing Gel (60 ml)	Acne Gentle Scrub (60 ml)	Pore Tightening Toner (100 ml)	Acne Perfecting Moisturizer Gel (40 ml)	

Be Inspiring in **Wardah** Way

SHINE

Wewangian floral yang membangkitkan pesona. Memancarkan kecantikan dan semangat Anda sepanjang hari.



36. SHINE BODY MIST

37. SHINE BODY LOTION

38. INNOCENCE EAU DE TOILETTE

39. INNOCENCE BODY LOTION

40. INNOCENCE BODY MIST

FLAME

Parfum dengan aroma lembut yang mewah. Perpaduan musk, floral, amber, dan keharuman oriental yang membuat Anda tampil lebih anggun dan percaya diri.



41. FLAME EAU DE TOILETTE

42. FLAME BODY MIST

43. FLAME BODY LOTION

44. ETERNAL EAU DE TOILETTE

45. ETERNAL BODY LOTION

46. ETERNAL BODY MIST

INNOCENCE

Wewangian dengan aroma fruity dan floral yang segar. Dipadu aroma musk di sentuhan akhir, penuh inspirasi dan membangkitkan semangat.

ETERNAL

Keharuman klasik yang menimbulkan aura romantis. Membangkitkan energi dan menonjolkan karakter kelembutan dan keanggunan Anda.

LIGHTENING NIGHT CREAM STEP 1

Krim malam dengan kandungan *AHA* 2%, ekstrak *Licorice*, dan *Microcollagen* yang bekerja intensif mencerahkan kulit dan memberikan ekstra kelembaban pada kulit.

STEP 2 TREATMENT

Gunakan setelah step 1 habis, untuk pencerahan kulit yang lebih optimal. Terdiri dari:

LIGHTENING DAY CREAM STEP 2

Gunakan pada pagi hari sebagai pelembab

dan alas bedak. Mengandung ekstrak *Licorice*, *UV protection* dan Vitamin E untuk kulit tetap lembab dan terlindungi.

LIGHTENING NIGHT CREAM STEP 2

Kandungan *AHA* yang lebih tinggi (4%) dan ekstrak *Licorice* serta *Microcollagen*, membantu mempercepat proses pencerahan kulit agar lebih optimal. Oleskan sebelum tidur pada kulit yang bersih. Rasakan kulit lebih lembab keesokan harinya.

ACNE SERIES

ACNE CLEANSING GEL

Sabun pembersih bentuk gel. Mengandung *oil control* yang mengurangi kelebihan minyak, zat *anti irritant* dan *keratolytic agent* yang mempercepat pengeringan jerawat.

ACNE GENTLE SCRUB

Pembersih wajah berjerawat dengan scrub halus yang mengangkat kotoran dan sel kulit mati. Dengan *oil control*, *keratolytic agent* dan *anti irritant*. Gunakan setiap 2 hari sekali.

PORE TIGHTENING TONER

Toner tanpa alkohol untuk kulit berjerawat dengan ekstrak *Witch hazel* untuk meringkas pori. Wajah segar dan tetap lembab.

ACNE PERFECTING MOISTURIZER GEL

Pelembab gel dengan SPF 18. Melembakkan dan mengurangi kelebihan minyak pada wajah sekaligus melindungi kulit dari pengaruh buruk sinar matahari.

ACNE TREATMENT GEL

Gel dengan *Triclosan* yang mencegah timbulnya jerawat, *Beta glucan* (anti iritasi), dan Asam Salisilat (keratolitik) untuk mengelupaskan dan mengeringkan jerawat. Gunakan hanya pada titik jerawat.



ACNE FACE POWDER

Bedak tabur untuk kulit berjerawat dengan formula yang ringan. Mengandung *Triclosan* (anti bakteri) dan *Salicylic Acid* untuk membantu mengurangi jerawat.

TIPS:

Jerawat timbul akibat pembersihan wajah yang kurang sempurna, faktor lingkungan, genetik, makanan, dan stress. Jaga pola makan dan hindari stress berlebih. Selalu gunakan perawatan acne series dari Wardah secara rutin dan benar untuk kulit wajah bersih, lebih segar, dan bebas jerawat.

CURRICULUM VITAE

Nama : Luqman Iqbal Al Mubarak

Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 9 Oktober 1993

Agama : Islam

Alamat : Pon Pes Nurul Huda, Sugihan 20/IX, Andong, Andong, Boyolali

Email : iqblmbrk@gmail.com

Contact Person : 085 725 418 803

Orang Tua

Ayah : M Ali Imron

Pekerjaan : PNS

Ibu : Siti Miskiyah

Pekerjaan : PNS

Alamat : Pon Pes Nurul Huda, Sugihan 20/IX, Andong, Andong, Boyolali

Riwayat Pendidikan

1. MI Nurul Himmah Sugihan
2. MTsN Andong
3. MAN 1 Semarang
4. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga