

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KONSUMEN MUSLIM PRODUK WARDAH
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DINDA MAGHFIROH

NIM : 4219129

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS KONSUMEN MUSLIM PRODUK WARDAH
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

DINDA MAGHFIROH

NIM : 4219129

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dinda Maghfiroh
NIM : 4219129
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Muslim Produk Wardah Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya

Pemalang, 21 September 2023
Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'DINDA MAGHFIROH' and 'NIM 4219129' along with a small emblem.

Dinda Maghfiroh
NIM 4219129

NOTA PEMBIMBING

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.

Jl. Kambing Rt 04 Rw 02 Desa Trayeman Kec. Slawi Kab. Tegal 52414

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dinda Maghfiroh

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Dinda Maghfiroh**

NIM : **4219129**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Produk Wardah Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pemalang, 18 September 2023
Pembimbing



Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 198205272011011005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **Dinda Maghfiroh**
NIM : **4219129**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen Muslim Produk Wardah Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Dr. Mansur Cahdi Mursid, M.M**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 26 Oktober 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

M. Shulthoni, M.S.I., Ph.D.
NIP. 197507062008011016

Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.
NIP. 199110262019032014

Pekalongan, 6 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shiinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

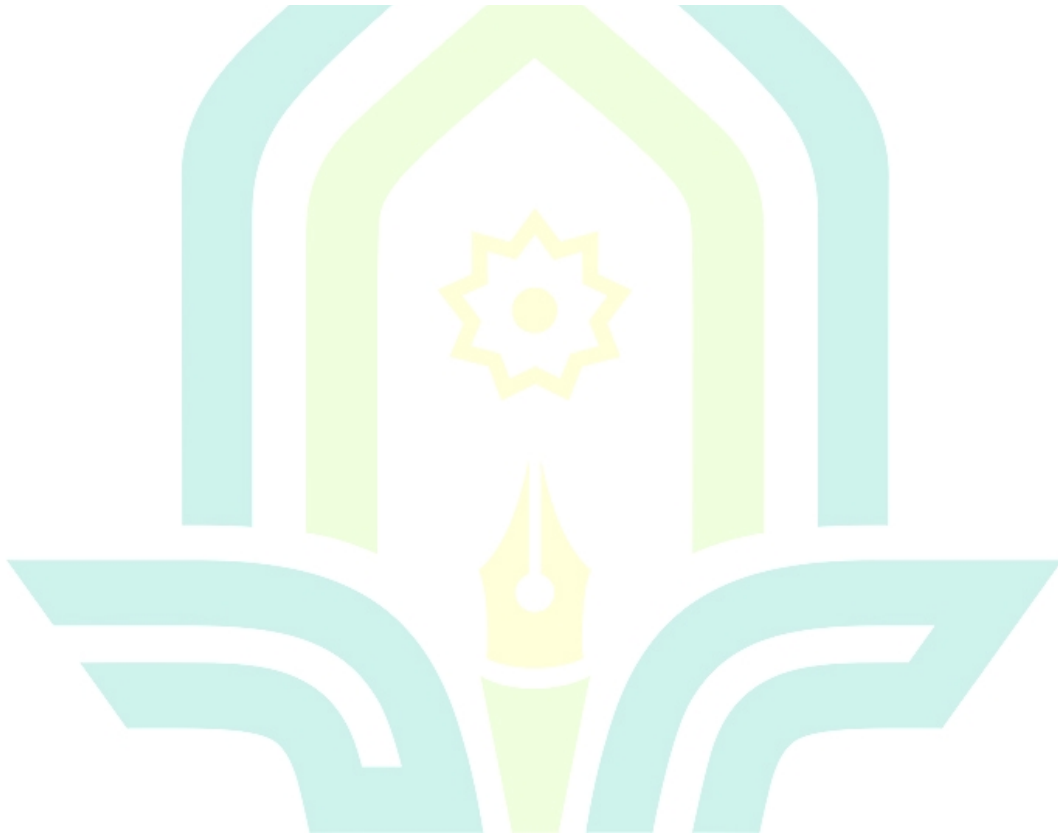
MOTTO

“Terkadang, orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan yang paling cerah.”

Umar bin Khattab

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

Ali bin Abi Thalib



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sobar dan Ibu Daryuni yang telah membesarkan dengan tulus dan penuh kasih sayang, memberikan dukungan, doa, dan membiayai penuh selama penulis menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Adik saya, Ighfirul Faidatur Rizqi yang sudah menemani dan membantu saya dalam mengerjakan Skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Pihak Masyarakat Pekalongan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

7. Bapak Ghofur dan keluarga yang telah memberikan dukungan moral dan spiritual kepada saya.
8. Sahabat saya Maya Andalia S, Andaru intan Y, Arum Candra S, Atiqoh, Siska Nur aini, Winda Risnawati yang telah banyak memotivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman kuliah saya, aida Nur Fitriyani, Melyem Juliana, Nailus Soraya,
10. Lia Maulida, Dwi Zahrotun Afida, nurul fadilah, Ovie Yani Fitriyani, Arina Sabila dan Arziah Dwi Arum yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAK

DINDA MAGHFIROH. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Muslim Produk Wardah Pekalongan)

Berbisnis memang bukan hal yang mudah dilakukan, terlebih lagi tengah perkembangan zaman saat ini. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan zaman, akan merubah pola hidup setiap manusia. Termasuk di dalamnya adalah gaya hidup. Ramainya konsumen dalam bisnis kecantikan disebabkan oleh faktor-faktor penyebab minat beli konsumen. Minat beli ini dapat ditimbulkan dari *kualitas produk* usaha dan teknik pemasaran yang dilakukan. Semakin positif dan kuat *kualitas produk* usaha di ingatan konsumen, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk usaha. Selain itu, semakin cepat dan luas pesan yang disampaikan perusahaan melalui teknik pemasaran yang digunakan, maka semakin meningkatkan minat beli konsumen. Tingginya minat beli ini disebabkan oleh *Inovasi Produk* yang timbul terhadap usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui adanya pengaruh *kualitas Produk*, *harga* dan *inovasi Produk* terhadap minat beli konsumen muslim.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner dengan sampel sebanyak 96 responden dan metode dokumentasi. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis Linier Berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Kualitas Produk*, *Harga*, dan *Inovasi Produk* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Minat Beli Produk Wardah Pekalongan*. *Kualitas Produk* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan. *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan. *Inovasi Produk* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Inovasi Produk, Minat Beli*

ABSTRACT

DINDA MAGHFIROH. The Influence of Product Quality, Price and Product Innovation on Consumer Purchase Interest (Case Study of Muslim Consumers of Wardah Pekalongan Products)

Doing business is not an easy thing to do, especially in today's developments. As time progresses, it will change the lifestyle of every human being. This includes lifestyle. The large number of consumers in the beauty business is caused by factors that cause consumer buying interest. This buying interest can be generated from the quality of the business product and the marketing techniques used. The more positive and strong the quality of the business product is in consumers' memories, the higher the consumer's buying interest in the business product. Apart from that, the faster and wider the message the company conveys through the marketing techniques used, the more consumers' buying interest will increase. This high buying interest is caused by product innovation that arises in businesses. The aim of this research is to test and determine the influence of product quality, price and product innovation on Muslim consumers' buying interest.

This research is a type of quantitative research. The data collection method used was the questionnaire method with a sample of 96 respondents and the documentation method. The sampling technique uses the accidental sampling method. This research uses the Multiple Linear analysis method with the help of SPSS 26.

The research results show that product quality, price and product innovation partially have a positive and significant effect on purchase interest in Wardah Pekalongan products. Product quality has a significant effect on Muslim consumers' buying interest in Wardah Pekalongan products. Price has a positive and significant effect on Muslim consumers' buying interest in Wardah Pekalongan products. Product innovation has a significant effect on Muslim consumers' buying interest in Wardah Pekalongan products.

Keywords : *Product Quality, Price, Product Innovation, Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak H. Muhammad Shulthoni, Lc., M.A., Ph.D. Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Pihak Masyarakat Pekalongan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pemalang, 18 September 2023



Penulis

Dinda Maghfiroh



DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------|-------------|
| JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | ii |
| NOTA PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xxiv |
| DAFTAR GAMBAR | xxv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Pembatasan Masalah | 10 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 11 |
| E. Sistematika Pembahasan..... | 13 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 14 |
| A. Landasan Teori | 14 |
| B. Telaah Pustaka..... | 31 |
| C. Kerangka Berpikir | 36 |
| D. Hipotesis..... | 38 |

| | |
|----------------------------------------|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 43 |
| A. Jenis Penelitian | 43 |
| B. Pendekatan Penelitian..... | 43 |
| C. Setting Penelitian..... | 43 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 44 |
| E. Variabel Penelitian..... | 47 |
| F. Sumber Data | 50 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 50 |
| H. Metode Analisis Data..... | 51 |
| BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN..... | 58 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 58 |
| B. Deskripsi Data Penelitian..... | 59 |
| C. Analisis Data | 68 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 81 |
| BAB V PENUTUP..... | 85 |
| A. Simpulan..... | 85 |
| B. Saran..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 87 |
| LAMPIRAN | I |

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi. Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ĥa | ĥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |

| | | | |
|----|--------|----|-----------------------------|
| ذ | Žal | Ž | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Şad | ş | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | `ain | ` | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | ge |
| ف | Fa | F | ef |
| ق | Qaf | Q | ki |
| ك | Kaf | K | ka |
| ل | Lam | L | el |
| م | Mim | M | em |
| ن | Nun | N | en |
| و | Wau | W | we |
| هـ | Ha | H | ha |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof |

| | | | |
|---|----|---|----|
| ي | Ya | Y | ye |
|---|----|---|----|

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | A | a |
| ِ | Kasrah | I | i |
| ُ | Dammah | U | u |

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|----------------|-------------|---------|
| ...يْ | Fathah dan ya | Ai | a dan u |
| ...وْ | Fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

كَتَبَ kataba

فَعَلَ fa`ala

سُئِلَ suila

كَيْفَ kaifa

حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Harakat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|-------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| ا...ى...ا | Fathah dan alif atau ya | A | a dan garis di atas |
| ى...ى | Kasrah dan ya | I | i dan garis di atas |
| و... | Dammah dan wau | U | u dan garis di atas |

Contoh:

قَالَ qāla

رَمَى ramā

قِيلَ qīla

يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1) Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2) Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3) Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ nazzala

الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3) Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

| | |
|------------|------------|
| الرَّجُلُ | ar-rajulu |
| القَلَمُ | al-qalamu |
| الشَّمْسُ | asy-syamsu |
| الْجَلَالُ | al-jalālu |

7. Hamzah

Dinyatakan di depan ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

| | |
|-----------|----------|
| تَأْخُذُ | ta'khužu |
| شَيْءٌ | syai'un |
| النَّوْءُ | an-nau'u |

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

| | |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

| | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |
| الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ | Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

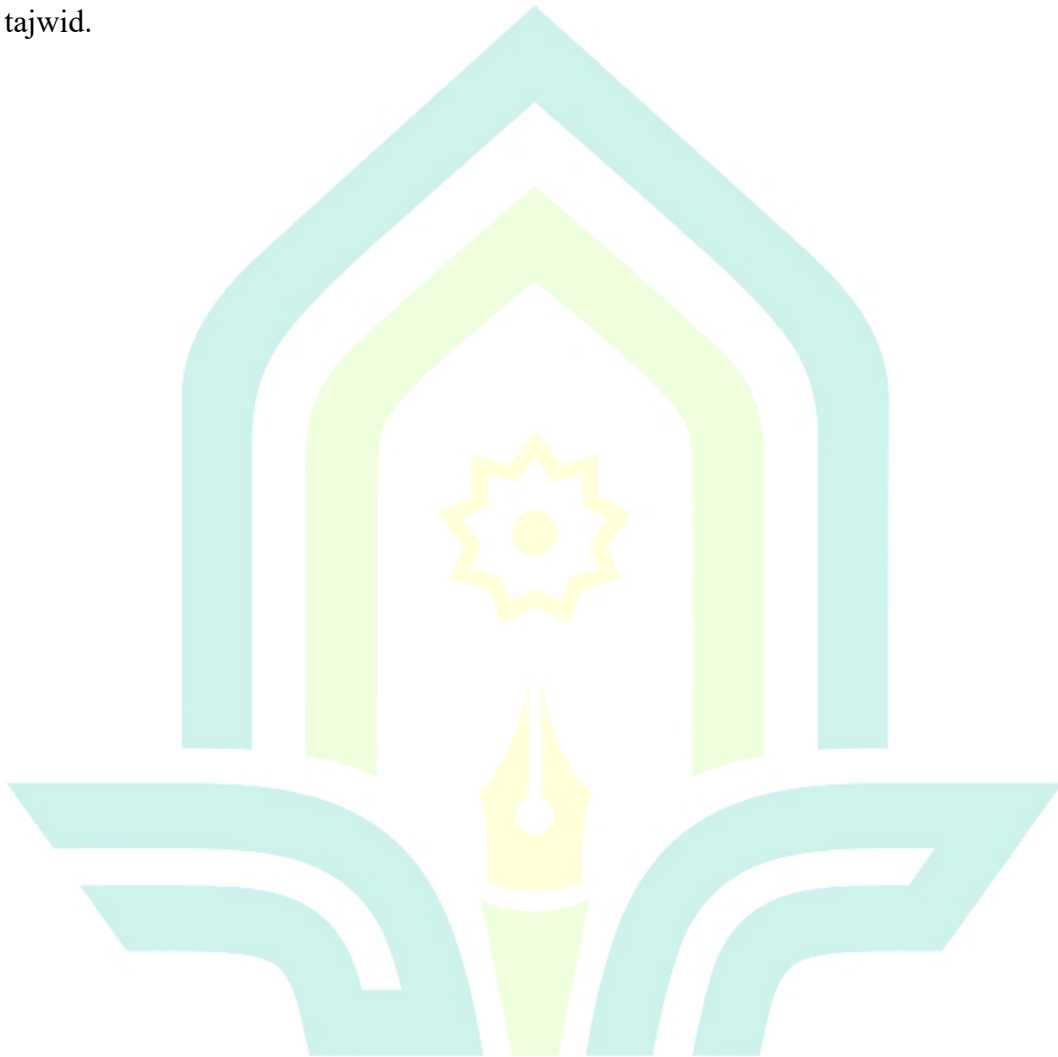
| | |
|-------------------------|-----------------------|
| اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ | Allaāhu gafūrun rahīm |
|-------------------------|-----------------------|

لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

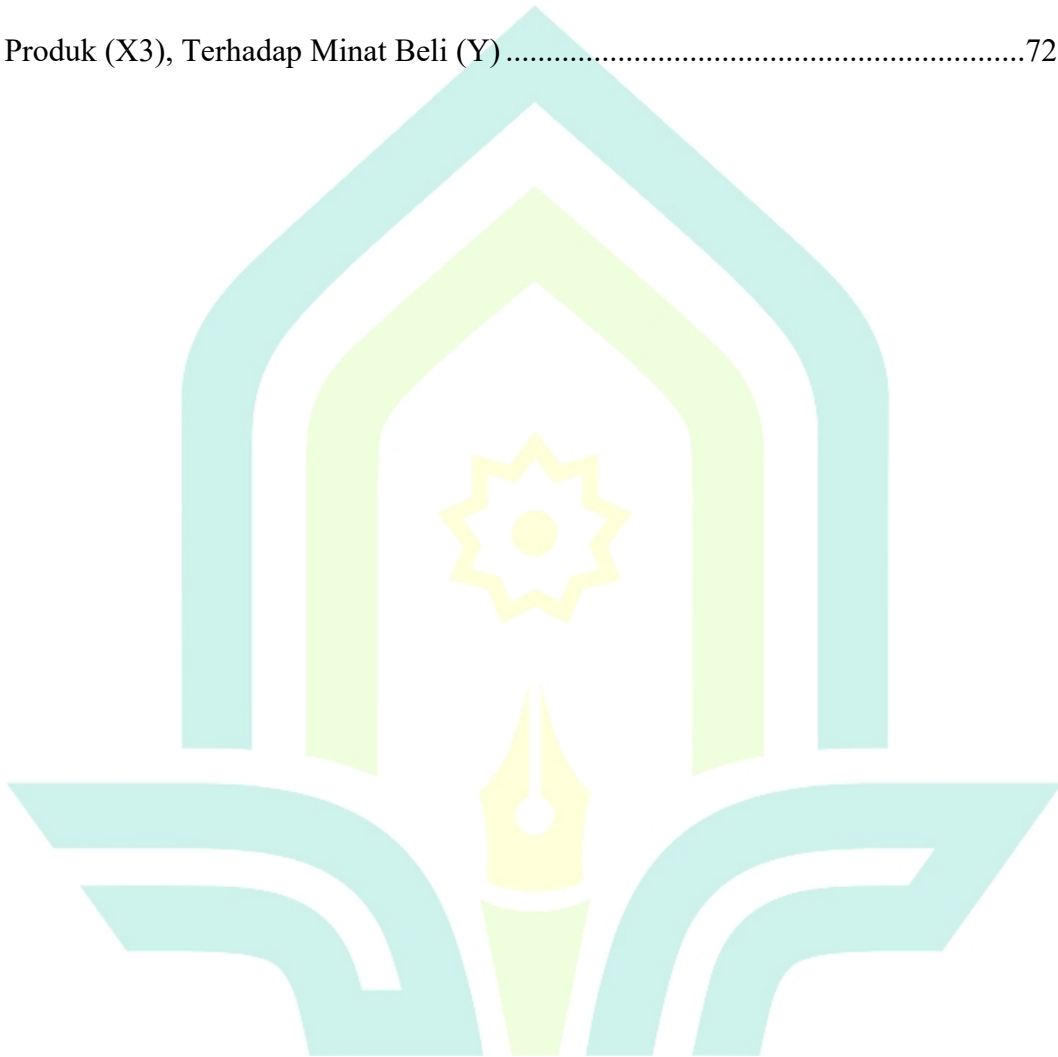
| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Harga Produk Wardah | 3 |
| Tabel 2.1 Telaah Pustaka..... | 31 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 47 |
| Tabel 3.2 Perumusan Skala Likert..... | 50 |
| Tabel 3.3 Koefisien Reliabilitas Koefisien | 52 |
| Tabel 3.4 Koefisien Determinasi | 56 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 59 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status..... | 59 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 60 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Cosmetic | 61 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan..... | 61 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_1) | 62 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga Produk (X_2)..... | 65 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X_3)..... | 66 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Beli..... | 67 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas | 68 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 | 69 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | 70 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 71 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Glester | 73 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas (X_1) Terhadap Minat Beli (Y) | 74 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas (X_2) Terhadap Minat Beli (Y) | 75 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas (X_3) Terhadap Minat Beli (Y) | 75 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 76 |

| | |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis T | 78 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan) | 79 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 80 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Perkembangan Penggunaan Skincare Lokal di Indonesia..... | 6 |
| Gambar 2.1 Theory Of Planned Behavior | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian | 36 |
| Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Inovasi Produk (X3), Terhadap Minat Beli (Y) | 72 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------------------------------------------------------|-------|
| <u>Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian</u> | I |
| <u>Lampiran 2 Surat Telah Melaksanakan Penelitian</u> | II |
| <u>Lampiran 3 Kuesioner</u> | III |
| <u>Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian</u> | VII |
| <u>Lampiran 5 Karakteristik Responden</u> | XIII |
| <u>Lampiran 6 Hasil Uji Validitas</u> | XV |
| <u>Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas</u> | XIX |
| <u>Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik</u> | XX |
| <u>Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda</u> | XXIV |
| <u>Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis</u> | XXV |
| <u>Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup</u> | XXVII |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbisnis memang bukan hal yang mudah dilakukan, terlebih lagi tengah perkembangan zaman saat ini. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan zaman, akan merubah pola hidup setiap manusia. Termasuk di dalamnya adalah gaya hidup. Berkembangan gaya hidup seseorang secara tidak langsung menciptakan sebuah tren, di mana seakan-akan tampil cantik, prima, dan elok adalah keharusan dan juga tuntutan di setiap waktu. Di Indonesia sendiri, penggunaan skincare dapat dikatakan sebagai sebuah kebutuhan dengan prioritas yang bertingkat, mulai sebagai kebutuhan primer, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier (barang mewah). Bertambahnya daya beli masyarakat serta meningkatkan daya beli per individu dapat mendorong tingkat penggunaan skincare dari level lebih diprioritaskan, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan penggunaan skincare secara volume.

Saat ini kebutuhan skincare bagi sebagian orang sudah menjadi kebutuhan primer layaknya kebutuhan sehari-hari. Kemajuan teknologi membuat segala sesuatu mudah terekspos akhirnya orang lain akan termotivasi untuk berbandan dan memperbaiki diri. Hal ini tentu memberikan dampak terhadap kemajuan industri skincare di Indonesia. Melihat dari komposisi penduduk Indonesia yang merupakan mayoritas penduduk muslim di mana sebanyak 229,6

juta jiwa atau 87,2% dari total seluruh penduduk Indonesia atau lebih 13% dari penduduk dunia beragama Islam (Alfi Kolisdinuka, 2021).

Hal tersebut tentu memiliki pengaruh pada minat dan keputusan beli mereka. Brand skincare yang banyak diminati oleh masyarakat adalah produk wardah. Selain diminati masyarakat luas, skincare wardah juga sudah memiliki label halal yang kualitasnya tidak diragukan lagi, karena bisa mengembangkan rasa percaya diri serta membuat motto “Halal dari awal” menjadi daya tarik masyarakat untuk produk skincare mereka. Kehadiran label halal pada skincare memberikan dampak positif bagi perilaku konsumen yang didukung dengan kualitas produk yang sudah terjamin.

Kualitas produk merupakan kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Minat beli merupakan sebuah rencana, dimana seorang tersebut berperilaku dengan cara tertentu, hal tersebut yang membuat konsumen harus mempertimbangkan dengan baik sebelum melakukan pembelian agar mendapatkan produk yang sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam jurnal (Yurindera, 2022) pengertian kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya, kemampuan tersebut yaitu, daya tahan, keindahan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dalam pengoprasian dan diperbaiki, atau atribut lain yang berharga pada produk tersebut secara keseluruhan.

Harga menjadi faktor yang sangat penting karena dipengaruhi oleh pendapatan masing-masing konsumen sehingga akan berdampak pada

konsumen dalam memilih harga yang cocok. Harga dapat didefinisikan sebagai satuan uang ataupun ukuran lainnya di mana diukur supaya menghasilkan hak untuk usaha memiliki ataupun menggunakan barang dan jasa.

Perusahaan menetapkan harga berdasarkan tingkat harga di mana produk bisa diterima dengan seimbang serta baik konsumen ataupun produsen. Pertimbangan material konsumen terhadap suatu produk meliputi harga. Untuk semua orang, Wardah Skincare telah memilih harga yang sangat wajar. Ini adalah taktik untuk menjaga pelanggan dalam lingkungan persaingan yang meningkat, dan ini juga dapat memacu minat konsumen untuk membeli dengan menaikkan biaya produk.

Tabel 1.1

| Wardah White Secret | Harga |
|---------------------------------------------|-------------|
| White Secret Day Cream 30g Kemasan Baru | Rp. 98.000 |
| White Secret Pure Brightening Cleanser | Rp. 32.000 |
| Wardah Renew You Anti Aging Day Cream | Rp. 98.000 |
| Wardah Renew You Anti Aging Intensive Serum | Rp. 78.000 |
| White Secret Facial Wash 100ml | Rp. 33.000 |
| Wardah Renew You Anti Aging Night Cream | Rp. 103.000 |
| White Secret Exfoliating Lotion | Rp. 74.000 |
| Paket White Secret Renew You Anti Aging | Rp. 417.500 |
| White Secret Exfoliating Scrub | Rp. 26.000 |
| White Secret Intense Brightening Essence | Rp. 77.000 |
| Paket White Secret Series | Rp. 404.000 |
| White Secret Night Cream 30g Kemasan Baru | Rp. 99.000 |

Diolah dari berbagai sumber

Pada tabel 1.1 terlihat harga jika harga *skincare* cukup terjangkau, mulai dari Rp 30.000. Terdapat bukti bahwa harga produk *skincare* Wardah

lebih terjangkau dan lebih terjamin kualitasnya, serta Wardah sudah terlabelisasi halal jadi aman untuk digunakan.

Inovasi adalah sesuatu yang baru yang berhubungan dengan barang baru. Inovasi juga dianggap sebagai strategi bisnis untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah (Maino et al., 2022). Konsumen selalu menuntut supaya produsen memperbarui produk yang diinginkan sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin modern. Kemudian inovasi produk sangat berdampak penting pada minat beli konsumen. Di sisi lain, *Wardah Skincare* juga selalu menawarkan produk-produk inovasi yang sesuai dengan preferensi serta kebutuhan setiap Wanita, di mana mengutamakan perawatan kulit berkualitas.

Tabel 1. Inovasi Produk Wardah Cosmetic Matahari Dept Store Pekalongan Tahun 2022

| Sebelum | Sesudah |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Wardah Everyday Luminous Face Powder Beige | Wardah Everyday Compact Powder Bedak Padat |
| Wardah Two Way Cake Sandy Beige | Wardah Two Way Cake Light Beige |
| Wardah Exclusive Two Way Cake Natural | Wardah Exclusive Two Way Cake Bedak |
| Wardah Lightening BB Cream | Wardah Exclusive Liquid Foundation |
| Wardah Matte Lipstick | Wardah Exclusive Matte Lip Cream |
| Wardah Lip Gloss | Wardah Hydrogloss |
| Wardah Aqua Lash Mascara | Wardah Volume Expert Mascara |

Sumber : Dept Store wardah Pekalongan tahun 2020

Wardah Skincare yakni sebuah perusahaan yang memahami betapa

pentingnya bagi wanita untuk merasa percaya diri dan nyaman saat menjalani kehidupan sehari-hari. Karena perannya sebagai pionir merek produk *skincare* halal sejak tahun 1995, Wardah *Skincare* menjadi salah satu perusahaan *skincare* ternama di Indonesia. Bahan ini banyak diminati oleh masyarakat Pekalongan, bahkan wanita muslimah, karena mudah didapat. Semua produk Wardah *Skincare* diolah dengan bahan baku yang halal dan aman serta dikembangkan untuk kenyamanan dan ketenangan para wanita yang menggunakannya, sesuai dengan dedikasi perusahaan terhadap kemurnian dan keamanan.

Hingga para muslimah tidak perlu mempertanyakan status Wardah *Skincare* sebagai item perawatan kecantikan yang paling esensial. Produk yang dibuat oleh Wardah *Skincare* berbeda dari perusahaan *skincare* lain dalam beberapa hal. Ini memproduksi *skincare* yang berkualitas tinggi dan bermanfaat. Selain itu, sejumlah produk diproduksi Wardah *Skincare* untuk memenuhi kebutuhan muslimah (Rachmi Murti & Ngatno, 2020)

Berkaitan dengan kualitas produk, harga dan inovasi dan minat beli, terjadi kesenjangan diantara penelitian-penelitian terdahulu, dimana berdasarkan Penelitian yang dilakukan Hulima et al., (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel dependen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen telah yakin dan percaya terhadap produk wardah dengan adanya kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dikalangan

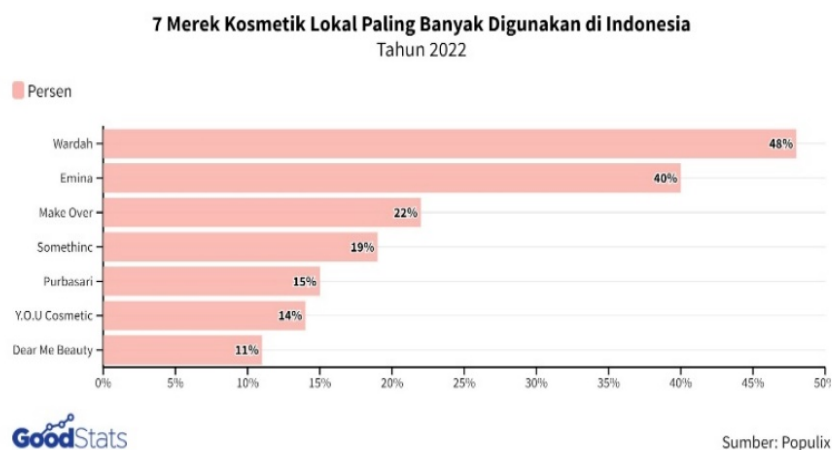
masyarakat (Hulima et al., 2021). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Halim & Iskandar, (2019) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Halim & Iskandar, 2019). Berdasarkan kesenjangan yang ada, dalam hal ini dipertanyakan terkait kepercayaan konsumen akan suatu produk melalui kualitas produk, harga, dan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat menimbulkan minat beli. Merujuk pada hal tersebut, maka diperlukan penelitian lebih lanjut terhadap kualitas produk, harga, dan inovasi produk terhadap minat beli melalui kepercayaan konsumen.

Skincare di Indonesia mengalami perkembangan yang semakin pesat dari tahun ke tahun. Dengan melihat kebutuhan konsumen akan produk kecantikan yang dapat merawat kesehatan kulit dalam kehidupan sehari-hari menjadikan perkembangan skincare terus meningkat. Dapat dilihat pada grafik di bawah ini, skincare lokal terus mengalami perkembangan yang signifikan:

Gambar 1.1

Perkembangan Penggunaan Skincare Lokal di Indonesia

Tahun 2022



Berdasarkan gambar di atas, mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan Wardah *Skincare* dalam kehidupan sehari-hari dengan jumlah 48%. Pada peringkat ke dua terdapat produk emina dengan jumlah 40%, ketiga terdapat *make over* dengan jumlah 22%, kemudian di peringkat ke empat yaitu *somehinc* dengan jumlah 19%, di peringkat ke lima ada *purbasari* dengan jumlah 15%, peringkat ke enam YOU kosmetik dengan jumlah 14%, dan peringkat terakhir atau ke tujuh yaitu *dear me beauty*. Berdasarkan survey tersebut *skincare wardah* banyak digunakan karena merupakan pelopor merek kosmetik halal di Indonesia. Produk-produk Wardah menerapkan filosofi Halal *Green Beauty* di mana di dalamnya terkandung 5 prinsip yakni halal, natural, *alcohol free*, *local & global expert*, serta *cruelty free*.

Wardah yang menggunakan konsep atau tema Islami *modern* dengan menanamkan persepsi halal pada produk kecantikan itu sendiri akan mempengaruhi para konsumen untuk membeli produk kecantikan wardah, karena produk yang mereka gunakan sudah jelas tidak akan menghalangi atau mengganggu ibadah yang dijalankan dan sekaligus terkesan harmonis dan terlihat semakin elegen. Berdasarkan uraian diatas, kualitas produk, harga, serta inovasi produk dapat menumbuhkan minat beli konsumen dalam menggunakan Produk Wardah *Skincare*. Masyarakat juga memanfaatkan adanya produk wardah untuk menjaga Kesehatan kulit dalam kehidupan sehari-hari, selain sudah terbukti kualitasnya, dari segi harga juga sangat terjangkau. Namun tidak semua masyarakat menggunakan produk wardah

dalam kehidupannya untuk menjaga kesehatan kulit.

Para konsumen khususnya kota Pekalongan sekarang lebih selektif dalam memilih produk karena kandungan yang ada pada produk tersebut harus sesuai dengan tipe wajah mereka dan tipe jenis kulit setiap orang itu berbeda-beda. Apalagi dapat dilihat dari mayoritas konsumen Pekalongan itu sendiri yang beragama islam, sehingga konsumen sendiri harus mempertimbangkan komposisi yang terkandung pada produk tersebut, dan harus dengan menggunakan bahan-bahan yang dikategorikan halal serta dengan adanya surat resmi dari BPOM yang menyatakan bahwa produk tersebut sudah aman digunakan. Ketika membeli sebuah produk kecantikan khususnya skincare.

Maka dari itu minat beli dapat dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Harga, Dan Inovasi Produk. Salah satu faktor yang dapat memberikan minat beli produk merupakan Kualitas Produk, Harga, Inovasi Produk, ketika Kualitas Produk dan inovasi terhadap pembelian suatu produk, maka konsumen juga tidak akan luput dari memperhatikan harga produk tersebut.

Kemudian fenomena serta permasalahan yang dapat mempengaruhi Kualitas Produk pada produk wardah ini memiliki kandungan yang tidak jauh berbeda dibandingkan produk lainnya tetapi bebas alkohol. Harga yang ditawarkan oleh produk skincare wardah sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan produk lain, hal ini bisa mempengaruhi target pasar pada konsumen atau tidak. Inovasi produk wardah melakukan inovasi produk dengan mengeluarkan Lipstik Crystallure. Namun, berdasarkan hasil observasi, terjadi banyak return

dari toko kosmetik disebabkan komplain customer terkait dengan tekstur lipstik yang sangat creamy dan mudah sekali leleh. Oleh karena itu, lipstik Crytallure ini ditarik kembali oleh pabrik pusat Wardah untuk dilakukan perbaikan formula dan hingga saat ini lipstik Crytallure belum hadir kembali dicounter Wardah. Dari uraian tersebutlah sebagai peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruhnya kepada minat beli konsumen.

Dari uraian yang ada di latar belakang masalah diatas, maka dari itu penulis tentu akan mengambil judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Muslim Produk Wardah Pekalongan)*” dalam rangka pembuktian teori atas kesenjangan yang terjadi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen muslim produk Wardah Pekalongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen muslim Wardah Pekalongan?
3. Apakah *inovasi produk* berpengaruh terhadap minat beli konsumen muslim produk Warah Pekalongan?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan inovasi produk berpengaruh simultan terhadap minat beli konsumen muslim produk Wardah Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Peneliti memberikan batasan agar permasalahan dalam penelitian ini tidak meluas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Inovasi produk terhadap Minat Beli melalui variabel pada konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian dibatasi pada :

1. *Kualitas Produk* merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan pelanggan. Definisi operasional mengenai *Kualitas Produk* adalah *Performance, Durability, Comformance to Specification, Features, Reability, Aeshetics, Perceived Quality, Serviceability*.
2. *Harga* merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk memiliki sebuah produk atau jasa. Definisi operasional mengenai *harga* adalah Keterjangkauan harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, Daya Saing Harga, Kesesuaian Harga dengan Manfaat.
3. *Inovasi Produk* merupakan Produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk baru. Definisi operasional mengenai Inovasi Produk adalah *Line Extensions, Me too Product, New me the World Product*.
4. Minat Beli merupakan keinginan membeli yang muncul sebagai respon atas suatu objek. Definisi operasional minat beli adalah minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat yang dapat diberikan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas produk, harga, dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen muslim Produk Wardah Pekalongan.

b) Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan pengetahuan, referensi serta informasi di bidang pemasaran mengenai minat beli konsumen melalui pengaruh dari *brand image* dan *viral marketing* melalui variabel intervening *customer trust*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian diharapkan bermanfaat sebagai berikut.

a) Pihak perusahaan

Penelitian bermanfaat sebagai bahan masukan dan referensi dalam melakukan pengambilan keputusan terkait penentuan strategi kebijakan perusahaan terutama pada Mie Gacoan Pekalongan di masa depan.

b) Akademik

Penelitian bermanfaat dalam menambah pengetahuan serta dapat menjadi referensi sebagai upaya memperluas pengetahuan di bidang ekonomi yang berhubungan dengan *kualitas produk, harga, inovasi produk* dan minat beli.

c) Peneliti Selanjutnya

Penelitian bermanfaat sebagai bahan rujukan dan wawasan untuk melakukan penelitian lanjutan dalam membahas *kualitas produk, harga, inovasi produk* dan minat beli.

E. Rumusan Masalah

Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penyusunan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab yang memuat latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan dan batasan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian yang dilakukan dan sistematika pembahasan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat penjelasan teori yang dipakai dalam penelitian, kajian pustaka, kerangka berpikir serta hipotesis yang dipakai dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel yang digunakan dalam penelitian, sumber data yang dipakai, teknik pengumpulan data yang dipilih serta metode analisis data yang dipilih dan dipakai.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat paparan hasil penelitian melalui pengujian hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil tersebut kemudian akan

digunakan dalam menjawab permasalahan serta tujuan dilakukannya penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari ringkasan hasil dari data penelitian yang diperoleh serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan penelitian ini digunakan guna memberikan bukti empiris terkait pengaruh kualitas produk, harga, dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen muslim pada produk skincare wardah Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk skincare wardah Pekalongan. Hasil ini mendukung pengaruh parsial variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan meningkat pula minat konsumen untuk melakukan pembelian pada produk skincare wardah.
2. Variabel harga pada penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dan penelitian ini juga mendukung pengaruh secara parsial antara variabel harga dan minat beli. Dimana harga pada produk wardah jika semakin terjangkau maka minat beli konsumen akan semakin meningkat. Dan konsumen akan melakukan pembelian secara berulang terhadap produk tersebut.
3. Variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen muslim dengan produk wardah Pekalongan dan artinya semakin banyak dan baiknya inovasi produk wardah maka dapat menciptakan

hubungan jangka panjang terkait pembelian produk secara berulang atau minat beli semakin meningkat pada produk wardah Pekalongan.

4. Variabel kualitas produk, harga, dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap minat beli konsumen muslim pada produk wardah Pekalongan. Artinya semakin baik kualitas produk, harga yang terjangkau, dan banyaknya inovasi produk yang diberikan maka semakin meningkat minat beli konsumen muslim pada produk wardah Pekalongan.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk, harga, dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen muslim pada produk wardah Pekalongan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen Muslim Pengguna Produk Skincare Wardah

Bagi konsumen diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan terkait dengan kualitas, harga dan inovasi dari produk skincare wardah yang sudah terjamin kualitasnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil riset ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, akan tetapi lebih baik untuk mengubah

variabel-variabel diluar ini agar riset dapat terus berkembang sejalan dengan inovasi produk yang lebih baik lagi.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingsudur.ac.id email: febi@uingsudur.ac.id

Nomor : B-1545/Un.27/J.IV.2/PP.01.1/09/2023 18 September 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Ijin Penelitian

Yth. Kepada Pimpinan Bappeda Kota Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Dinda Magfiroh
NIM : 4219129
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Wardah Pekalongan)"

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
NIP. 197502201999032001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



PEMERINTAH KOTA PEKALONGAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jaksa Agung R. Soeprapto No. 1 Kota Pekalongan Kode Pos 51111
Telp. (0285) 432086, 085100925600 Fax. (0285) 420428 Email: oss@pekalongankota.go.id
Website: <https://oss.pekalongankota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 070/SKP-KP/412/IX/2023

- I. DASAR
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian
 2. Surat Edaran Gubernur Jawa Tengah Nomor 070/0013894 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian
- II. MEMBACA
1. Surat dari UIN KH.ABDURAHMAN WAHID PEKALONGAN Nomor: B-1545/Un.27/J.IV.2/PP.01.1/09/2023 tanggal 18 September 2023
 2. Surat dari Kepala Badan Kesbangpol Kota Pekalongan Nomor: 070/449/IX/2023 tanggal 22-09-2023
 3. Surat dari Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Pekalongan Nomor: 070/494/IX/2023 tanggal 22 September 2023
- III. Yang bertandatangan di bawah ini Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekalongan bertindak atas nama Walikota Pekalongan **MENERANGKAN** atas pelaksanaan kegiatan **Penelitian** di wilayah Kota Pekalongan yang dilaksanakan oleh:
1. Nama : DINDA MAGHFIROH
 2. Alamat : DUSUN II BLENDUNG RT 001 RW 003 KEL. BLENDUNG KEC. ULUJAMI KAB. PEKALONGAN
 3. Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MUSLIM WARDAH PEKALONGAN
 4. Keperluan Kegiatan : Penyusunan Skripsi
 5. Tempat / Lokasi Penelitian/Pengambilan data : dpmpstsp kota pekalongan
 6. Lamanya Kegiatan : 27-09-2023 s.d 02-10-2024
 7. Bidang : Ekonomi
 8. Status Permohonan : Baru
 9. Id Pendaftaran : 01695266506059616100
 10. Penanggung Jawab : Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
 11. Anggota : -
 12. Institusi/Lembaga : UIN KH.ABDURAHMAN WAHID PEKALONGAN
 13. Status Persetujuan : Disetujui

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan kegiatan tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintah;
- b. Apabila masa berlakunya Surat Keterangan ini telah habis sedang pelaksanaannya belum selesai, maka perpanjangan waktu harus diajukan kembali kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekalongan;
- c. Setelah kegiatan selesai, harus menyerahkan Laporan Pelaksanaan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekalongan.

1. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSI/E-BSSN.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Untuk memastikan keaslian dokumen ini, silahkan validasi dokumen ini melalui halaman <https://sarkopore.pekalongankota.go.id/tte>



Lampiran 3. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

1. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas responden yang telah disediakan sesuai dengan keadaan kebenarannya.
2. Berilah tanda check list (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Identifikasi Responden

1. Nama Lengkap :

2. Usia :

3. status :

Belum menikah menikah

4. Pekerjaan :

5. Varian Kosmetik :

Skincare Decorativ Make Up
 Scentsation

6. Lama Menggunakan Produk Wardah.

1 tahun ≥ 1 tahun

2. DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian

1. Beri tanda check list (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban Saudara/i.
2. Setiap pertanyaan hanya dibutuhkan 1 (satu) jawaban saja.
3. Terdapat lima alternatif jawaban, dengan ketentuan sebagai berikut.

| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---------------|--------|---------------|--------------|---------------------|
| Sangat setuju | Setuju | Kurang setuju | Tidak setuju | Sangat tidak setuju |

Daftar Pertanyaan

| 1. Minat Beli (Y) | | | | | | |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|---|---|
| No. | Pernyataan | Jawaban | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Setelah melihat iklan produk kosmetik wardah, saya mencari informasi tentang kosmetik wardah melalui kerabat terdekat yang sudah memakainya | | | | | |
| 2. | Saya berminat untuk membeli produk wardah yang memiliki pilihan produk yang bervariasi | | | | | |
| 3. | Saya berminat untuk membeli produk wardah yang memiliki bahan dasar yang halal dan alami sehingga aman digunakan pada kulit | | | | | |
| 4. | Setelah mengetahui keunggulan dari produk wardah, saya ingin mencoba membeli dan menggunakan produk kosmetik wardah yang ditawarkan | | | | | |

| 2. Kualitas Produk (X₁) | | | | | | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|----------|----------|----------|
| No. | Pernyataan | Jawaban | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Produk wardah menggunakan bahan yang halal dan berstandar nasional | | | | | |
| 2. | Produk wardah memiliki kehandalan tersendiri pada setiap kategori produk | | | | | |
| 3. | Konsumen merasa sesuai menggunakan produk wardah | | | | | |
| 4. | Konsumen merasa sesuai menggunakan produk wardah | | | | | |
| 5. | Produk Wardah memiliki daya tahan terhadap sinar Matahari | | | | | |
| 6. | Produk Wardah Memberikan akurasi pada tiap masalah wajah | | | | | |
| 7. | Konsumen tidak ada keluhan selama menggunakan produk wajah | | | | | |
| 3. Harga (X₂) | | | | | | |
| No. | Pernyataan | Jawaban | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Menurut saya, Harga Produk Wardah sesuai dengan kemampuan/daya beli saya | | | | | |
| 2. | Harga produk wardah yang dijual sesuai dengan kualitas yang ditawarkan | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|----------|----------|----------|
| 3. | Harga produk wardah lebih terjangkau dibandingkan produk yang lain | | | | | |
| 4. | Harga produk wardah sesuai dengan manfaat yang diharapkan konsumen | | | | | |
| 4. Inovasi Produk (X3) | | | | | | |
| No. | Pernyataan | Jawaban | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Wardah adalah produk kosmetik yang pertama yang menonjolkan kehalalannya | | | | | |
| 2. | Perkembangan kemasan produk lipstik wardah yang pas dan praktis memudahkan untuk beraktivitas apapun | | | | | |
| 3. | Produk lipstik wardah yang mengalami peningkatan menjadi exclusive matte lip cream | | | | | |

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

| KUALITAS PRODUK | | | | | | | | HARGA | | | | | INOVASI PRODUK | | | | MINAT BELI | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|-----------|-------|------|------|------|-----------|----------------|------|------|-----------|------------|------|------|------|-----------|
| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | TOTAL X1 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TOTAL X2 | X3.1 | X3.2 | X3.3 | TOTAL X3 | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Y1.4 | TOTAL Y |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 32 | 5 | 2 | 3 | 3 | 13 | 5 | 3 | 5 | 13 | 2 | 5 | 3 | 3 | 13 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 3 | 11 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 25 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 32 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 11 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 24 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 5 | 3 | 5 | 13 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 5 | 4 | 4 | 13 | 3 | 5 | 5 | 3 | 16 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 3 | 10 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 32 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 | 3 | 4 | 4 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 26 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 5 | 3 | 4 | 12 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 3 | 4 | 11 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 26 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 4 | 5 | 14 | 4 | 5 | 5 | 3 | 17 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 26 | 1 | 2 | 2 | 3 | 8 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 5 | 4 | 3 | 12 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 |

X

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 2 | 3 | 3 | 8 | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 3 | 4 | 3 | 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 4 | 2 | 16 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 2 | 16 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 3 | 4 | 10 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | 4 | 4 | 5 | 13 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 2 | 2 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 2 | 2 | 4 | 12 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 3 | 4 | 11 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 4 | 11 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 4 | 3 | 12 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 14 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 2 | 3 | 5 | 4 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 33 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 5 | 13 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 5 | 2 | 5 | 4 | 16 | 5 | 4 | 5 | 14 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 3 | 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 14 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 14 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 27 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 3 | 5 | 12 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 3 | 3 | 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 3 | 3 | 10 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 5 | 5 | 3 | 13 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 11 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|-----------|
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 3 | 5 | 4 | 12 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 23 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 27 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 32 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 5 | 3 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

Lampiran 5 Karakteristik Responden Penelitian

a. Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia

| Usia | | | | | |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 17-20 th | 28 | 29,2 | 29,2 | 29,2 |
| | 21-24 th | 33 | 34,4 | 34,4 | 63,5 |
| | > 24th | 35 | 36,5 | 36,5 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

| Status | | | | | |
|--------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Menikah | 36 | 37,5 | 37,5 | 37,5 |
| | Belum Menikah | 60 | 62,5 | 62,5 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

c. Karakteristik Responen Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | | | | | |
|------------------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Wiraswasta | 4 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| | Swasta | 19 | 19,8 | 19,8 | 24,0 |
| | PNS | 12 | 12,5 | 12,5 | 36,5 |
| | Mahasiswa/Pelajar | 50 | 52,1 | 52,1 | 88,5 |
| | lain-lain | 11 | 11,5 | 11,5 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Kosmetik

| Varian_Kosmeti | | | | | |
|-----------------------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Skincare | 40 | 41,7 | 41,7 | 41,7 |
| | Decorative Makeup | 56 | 58,3 | 58,3 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan

| Lama_Penggunaan | | | | | |
|------------------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < 1th | 44 | 45,8 | 45,8 | 45,8 |

| | | | | | |
|--|-------|----|-------|-------|-------|
| | > 1th | 52 | 54,2 | 54,2 | 100,0 |
| | Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 6

UJI VALIDITAS

Variabel Kualitas Produk (X1)

| Correlations | | | | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | TOTALX1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,650** | ,644** | ,469** | ,506** | ,437** | ,437** | ,742** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.2 | Pearson Correlation | ,650** | 1 | ,555** | ,579** | ,688** | ,551** | ,551** | ,819** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.3 | Pearson Correlation | ,644** | ,555** | 1 | ,487** | ,441** | ,348** | ,348** | ,688** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,001 | ,001 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.4 | Pearson Correlation | ,469** | ,579** | ,487** | 1 | ,704** | ,611** | ,611** | ,798** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.5 | Pearson Correlation | ,506** | ,688** | ,441** | ,704** | 1 | ,711** | ,711** | ,855** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

| | | | | | | | | | |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| X1.6 | Pearson Correlation | ,437** | ,551** | ,348** | ,611** | ,711** | 1 | 1,000** | ,837** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X1.7 | Pearson Correlation | ,437** | ,551** | ,348** | ,611** | ,711** | 1,000** | 1 | ,837** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TOTALX1 | Pearson Correlation | ,742** | ,819** | ,688** | ,798** | ,855** | ,837** | ,837** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Harga (X2)

| Correlations | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TOTALX2 |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | ,605** | ,520** | ,423** | ,779** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.2 | Pearson Correlation | ,605** | 1 | ,631** | ,521** | ,855** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X2.3 | Pearson Correlation | ,520** | ,631** | 1 | ,588** | ,841** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.4 | Pearson Correlation | ,423** | ,521** | ,588** | 1 | ,776** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TOTALX2 | Pearson Correlation | ,779** | ,855** | ,841** | ,776** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | | |

Variabel Inovasi Produk (X3)

| Correlations | | | | | |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|---------|
| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | TOTALX3 |
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | ,485** | ,472** | ,827** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X3.2 | Pearson Correlation | ,485** | 1 | ,349** | ,780** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| X3.3 | Pearson Correlation | ,472** | ,349** | 1 | ,761** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TOTALX3 | Pearson Correlation | ,827** | ,780** | ,761** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |

| | | | | | |
|--------------------------------------------------------------|---|----|----|----|----|
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | |

Variabel Minat Beli (Y)

| Correlations | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Y1.4 | TOTALY |
| Y1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,461** | ,291** | ,335** | ,719** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,004 | ,001 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y1.2 | Pearson Correlation | ,461** | 1 | ,480** | ,358** | ,779** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y1.3 | Pearson Correlation | ,291** | ,480** | 1 | ,478** | ,747** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Y1.4 | Pearson Correlation | ,335** | ,358** | ,478** | 1 | ,721** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| TOTALY | Pearson Correlation | ,719** | ,779** | ,747** | ,721** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | | |

Lampiran 7

UJI RELIABILITAS

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,904 | 7 |

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,829 | 4 |

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,829 | 4 |

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| | |

| | | |
|--|------|---|
| | ,829 | 4 |
|--|------|---|

Lampiran 8

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,51302670 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,078 |
| | Positive | ,078 |
| | Negative | -,063 |
| Test Statistic | | ,078 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,174 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

2. Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 4,435 | 1,575 | | 2,817 | ,006 | | |
| | KUALITAS PRODUK | -,053 | ,033 | -,106 | -2,627 | ,007 | ,987 | 1,013 |
| | HARGA | ,395 | ,081 | ,437 | 4,847 | ,000 | ,519 | 1,926 |
| | INOVASI PRODUK | ,559 | ,128 | ,392 | 4,364 | ,000 | ,523 | 1,913 |

a. Dependent Variable: MINAT BELI

3. Hasil Uji Linieritas

Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y)

| ANOVA Table | | | | | | | |
|------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| MINAT BELI * KUALITAS PRODUK | Between Groups | (Combined) | 150,204 | 19 | 7,905 | 1,469 | ,122 |
| | | Linearity | 19,768 | 1 | 19,768 | 3,673 | ,059 |
| | | Deviation from Linearity | 130,436 | 18 | 7,246 | 1,346 | ,185 |
| | Within Groups | | 409,036 | 76 | 5,382 | | |
| | Total | | 559,240 | 95 | | | |

Variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y)

| ANOVA Table | | | | | | | |
|-----------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| MINAT BELI * HARGA | Between Groups | (Combined) | 379,962 | 10 | 37,996 | 18,015 | ,000 |
| | | Linearity | 290,400 | 1 | 290,400 | 137,686 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 89,562 | 9 | 9,951 | 4,718 | ,143 |
| | Within Groups | | 179,278 | 85 | 2,109 | | |
| | Total | | 559,240 | 95 | | | |

Variabel Inovasi Produk (X3) terhadap Minat Beli (X3)

| ANOVA Table | | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| MINAT BELI * INOVASI PRODUK | Between Groups | (Combined) | 329,930 | 7 | 47,133 | 18,088 | ,000 |
| | | Linearity | 276,500 | 1 | 276,500 | 106,110 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 53,430 | 6 | 8,905 | 3,417 | ,052 |
| | Within Groups | | 229,310 | 88 | 2,606 | | |
| | Total | | 559,240 | 95 | | | |

Lampiran 9

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4,435 | 1,575 | | 2,817 | ,006 |
| | KUALITAS PRODUK | -,053 | ,033 | -,106 | -2,627 | ,007 |
| | HARGA | ,395 | ,081 | ,437 | 4,847 | ,000 |
| | INOVASI PRODUK | ,559 | ,128 | ,392 | 4,364 | ,000 |

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Lampiran 10

HASIL UJI HIPOTESIS

1. Hasil Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4,435 | 1,575 | | 2,817 | ,006 |
| | KUALITAS PRODUK | -,053 | ,033 | -,106 | -2,627 | ,007 |
| | HARGA | ,395 | ,081 | ,437 | 4,847 | ,000 |
| | INOVASI PRODUK | ,559 | ,128 | ,392 | 4,364 | ,000 |
| a. Dependent Variable: MINAT BELI | | | | | | |

2. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 341,761 | 3 | 113,920 | 48,192 | ,000 ^b |
| | Residual | 217,479 | 92 | 2,364 | | |
| | Total | 559,240 | 95 | | | |
| a. Dependent Variable: MINAT BELI | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA | | | | | | |

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,782 ^a | ,611 | ,598 | 1,53750 |
| a. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA | | | | |

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Dinda Maghfiroh
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pematang, 06 Desember 2000
3. Alamat Rumah : Blendung, Ulujami
4. Nomor Handphone : 0882-2124-6676
5. Email : dindamghfrh12@gmail.com
6. Nama Ayah : Sobar
7. Pekerjaan Ayah : Buruh Harian Lepas
8. Nama Ibu : Daryuni
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 03 Blendung : Lulus Tahun 2013
2. SMP N 02 Ulujami : Lulus Tahun 2016
3. SMK Islam Nusantara Comal : Lulus Tahun 2019

C. PENGALAMAN ORGANISASI

Pematang, 18 september
2023

Dinda Maghfiroh