

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KONSUMEN MUSLIM TOKO MEDYA COSMETICS
KECAMATAN ULUJAMI KABUPATEN PEMALANG)**

SKRIPSI

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



Oleh:

IKA AJENG LUTFIYANTI

NIM. 4118219

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KONSUMEN MUSLIM TOKO MEDYA COSMETICS
KECAMATAN ULUJAMI KABUPATEN PEMALANG)**

SKRIPSI

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



Oleh:

IKA AJENG LUTFIYANTI

NIM. 4118219

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

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IKA AJENG LUTFIYANTI

NIM : 4118219

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pematang** adalah benar-benar karya peneliti sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 20 November 2023

Yang menyatakan,



Ika Ajeng Lutfiyanti

NIM. 4118219

NOTA PEMBIMBING

Siti Aminah Caniago, M.S.I.

Gg. Cermol 1 No. 101, Kalisalakasri, Kauman, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang.

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ika Ajeng Lutfiyanti

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

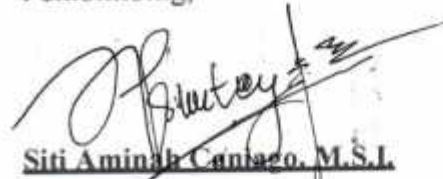
Nama : **Ika Ajeng Lutfiyanti**
NIM : **4118219**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Oktober 2023

Pembimbing,



Siti Aminah Caniago, M.S.I.

NIP. 19680907.200604 2 001



KEMENTERAN 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.uingusdur.ac.id email: febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : Ika Ajeng Lutfiyanti
NIM : 4118219
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang)**
Dosen Pembimbing : Siti Aminah Caniago, M.S.I.

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 13 November 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

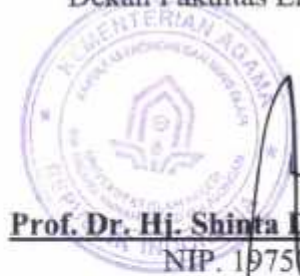
Rinda Asytuti, M.S.I.
NIP. 197712062005012002

Penguji II

Mohammad Rosyada, M.M.
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 17 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

MOTTO

Dan barangsiapa bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan kemudahan dalam urusannya.

(Q.s. At-Talaq:4)

Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha.

BJ. Habibie



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran 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. 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 penulisan Skripsi ini :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Mohamad Imroni dan Ibu Wiwin Muharwati, sebagai tanda bukti rasa hormat dan rasa terima kasih saya atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.
2. Keluarga penulis, Andika Mardiyanto, Ibu Durotun, Ibu Roisah, Bapak Carito, Khairunnisa', dan Imam Abdillah yang telah mendukung dan mensupport ketika penat mengerjakan Skripsi ini
3. Almameter saya, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dosen Pembimbing penulis, Ibu Siti Aminah Caniago, M.S.I. yang telah

menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Muhamad Masrur, M.E.I . selaku dosen wali atas arahan yang bermanfaat selama kuliah di Program Studi Ekonomi Syariah ini.
6. Sahabat penulis Fani, Ana, Efa, dan Gina terimakasih telah mendukung dan memotivasi dalam menyusun skripsi.
7. Sahabat kuliah dan organisasi penulis, Tiyas, Nisa, Winda, Yani, Ilham, Akhsan, Azmi, Diyah, Engha, Puji, Niki, Tsania, Khulwa, Nella, sahabat PMII dan GP Ancol. Terimakasih selalu memberikan support dan mengajak *healing* disaat penat juga kebersamai dari semester awal hingga akhir.
8. Ibu Widyo Ayuningtyas selaku pemilik toko Medya Cosmetics yang sudah membantu memperoleh data yang diperlukan dan ikut membagikan kuesioner guna memenuhi data penelitian.
9. Yang terakhir adalah untuk diri sendiri, terimakasih sudah semangat dan berjuang sampe akhir meskipun penuh lika-liku kehidupan akan tetapi bisa menyelesaikan Skripsi

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

IKA AJENG LUTFIYANTI. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pematang).

Kualitas produk dan harga adalah dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di berbagai industri. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk memenuhi ekspektasi konsumen, sementara harga menjadi faktor kunci dalam mengukur nilai relatif suatu produk. Tujuan dari penelitian ini adalah menginvestigasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim di toko Medya Cosmetics.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah diuji valid dan reliabel dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan rumus Wibisono. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, uji t, uji F, dan Analisis Koefisien Determinasi dengan bantuan SPSS 27.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) toko Medya Cosmetics. Harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) Medya Cosmetics. Dan secara bersama-sama, kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) toko Medya Cosmetics.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

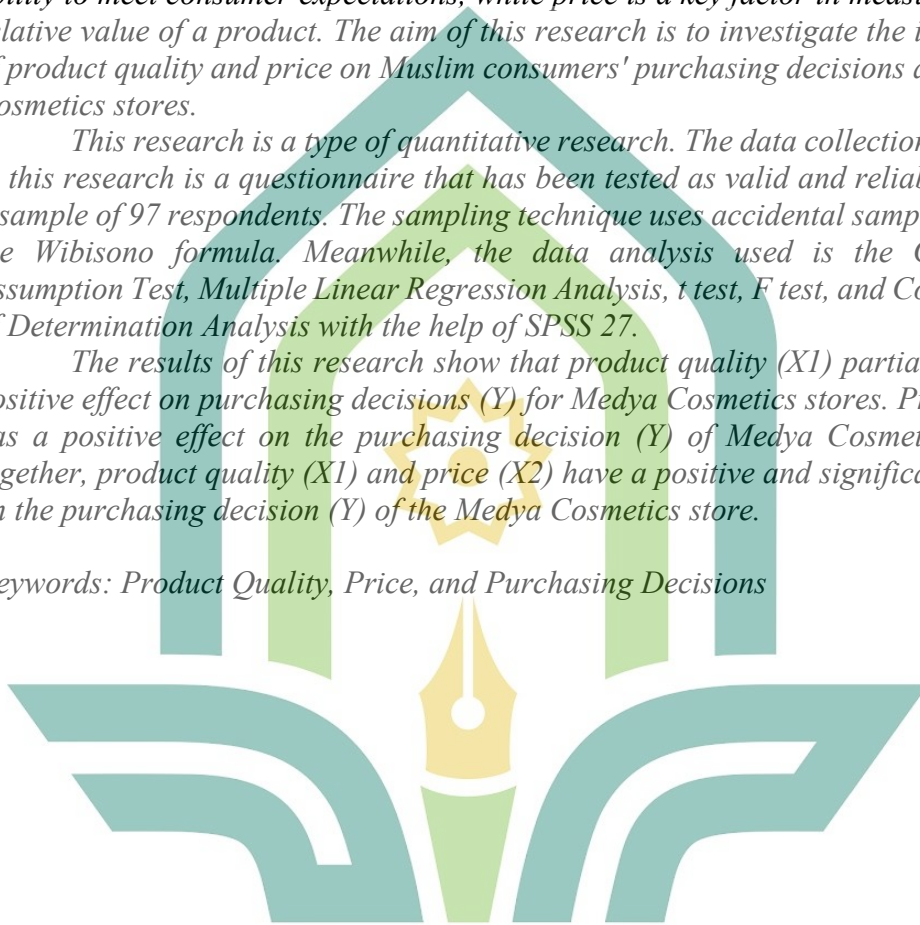
IKA AJENG LUTFIYANTI. *The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions (Study of Muslim Consumers of Medya Cosmetics Stores, Ulujami District, Pemalang Regency).*

Product quality and price are two main factors that influence consumer purchasing decisions in various industries. Product quality reflects the product's ability to meet consumer expectations, while price is a key factor in measuring the relative value of a product. The aim of this research is to investigate the influence of product quality and price on Muslim consumers' purchasing decisions at Medya Cosmetics stores.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire that has been tested as valid and reliable using a sample of 97 respondents. The sampling technique uses accidental sampling with the Wibisono formula. Meanwhile, the data analysis used is the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t test, F test, and Coefficient of Determination Analysis with the help of SPSS 27.

The results of this research show that product quality (X1) partially has a positive effect on purchasing decisions (Y) for Medya Cosmetics stores. Price (X2) has a positive effect on the purchasing decision (Y) of Medya Cosmetics. And together, product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant effect on the purchasing decision (Y) of the Medya Cosmetics store.

Keywords: Product Quality, Price, and Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini serta dapat menambah bekal ilmu tepat pada waktunya dengan segala kekurangannya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devy, S.E, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Ibu Siti Aminah Caniago, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Muhamad Masrur, M.E.I. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) atas arahan yang bermanfaat selama kuliah di Program Studi Ekonomi Syariah.
8. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Ibu Widyo Ayuningtyas selaku pemilik toko Medya Cosmetics yang sudah membantu memperoleh data yang diperlukan.
10. Kedua orang tua penulis, Bapak Mohamad Imroni dan Ibu Wiwin Muharwati atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 30 Oktober 2023



Ika Ajeng Lutfiyanti

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat	6
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka.....	24
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Setting Penelitian	34
D. Populasi, Sampel Penelitian	34
E. Variabel Penelitian	36
F. Sumber Data	38
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Metode Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Objek Penelitian	46
B. Deskripsi Data	46
C. Analisis Data	49
D. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Implikasi	64
D. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	I

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
س	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

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

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

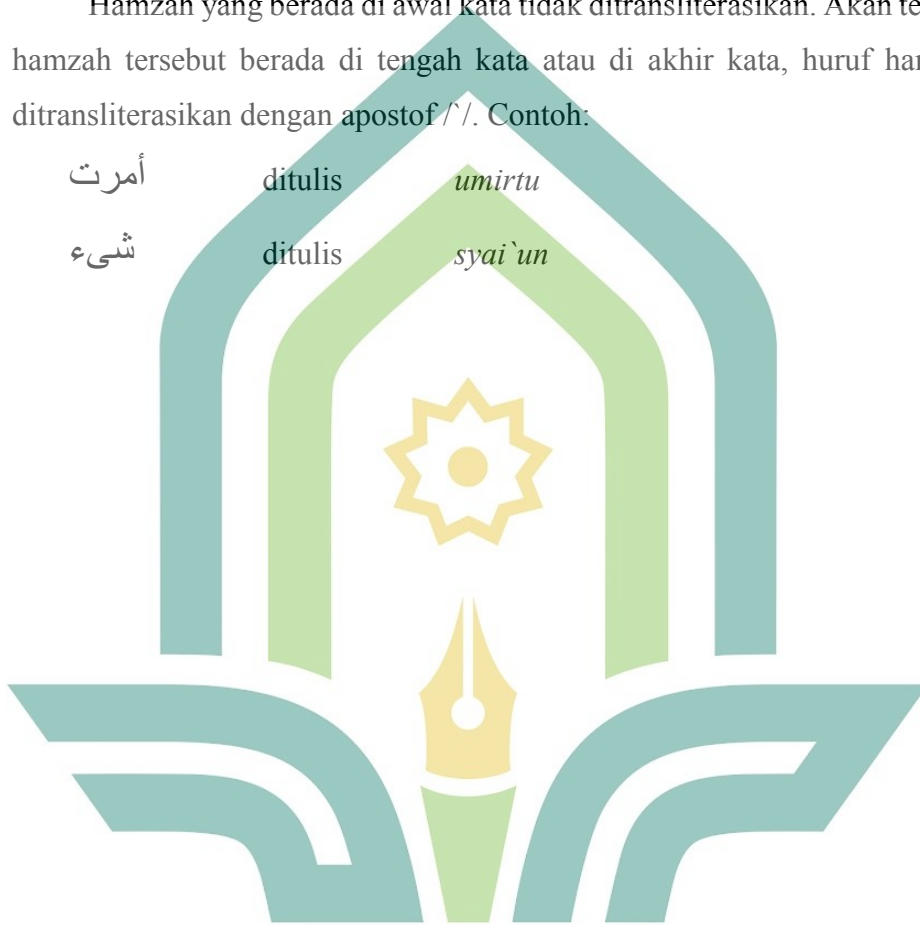
Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/'). Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

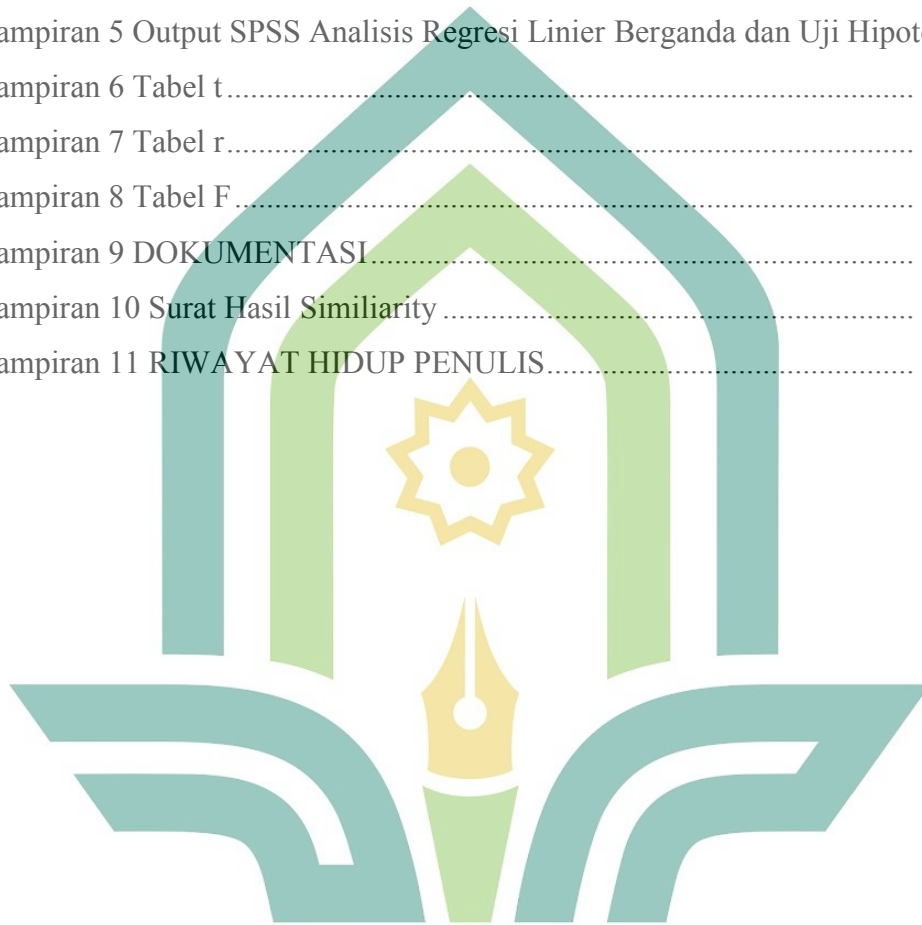


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan 1 tahun.....	2
Tabel 2.1	Telaah Pustaka.....	24
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2	Tabel Pemberi Skor.....	40
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.3	Deskripsi Berdasarkan Penghasilan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen	50
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.11	Uji t Parsial	55
Tabel 4.12	Uji F Simultan	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	I
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian Variabel	V
Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	XIII
Lampiran 4 Output SPSS Uji Asumsi Klasik	XVII
Lampiran 5 Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	XIX
Lampiran 6 Tabel t	XX
Lampiran 7 Tabel r	XXI
Lampiran 8 Tabel F	XXII
Lampiran 9 DOKUMENTASI.....	XXIII
Lampiran 10 Surat Hasil Similarity	XXV
Lampiran 11 RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	XXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini terlihat semakin pesat dan juga dengan meningkatnya persaingan bisnis, konsumen atau pembeli pun semakin cermat dalam memilih produk yang akan dibelinya. Artinya kini para pengusaha wajib memperhatikan produk-produk apa saja yang dijual belikan agar usaha mampu bertahan. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan pengusaha untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis ini, misalnya dengan strategi memperhatikan maupun meningkatkan kualitas dari produk dan penetapan harga yang di pasarkan (Nurhidayah dkk, 2019). Di era persaingan yang semakin ketat ini, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Seringkali perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk dengan harga yang murah dengan anggapan konsumen hanya mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian. Anggapan ini tidak sepenuhnya benar (Wiryanthy and Santoso, 2019).

Kosmetik salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi perempuan. Selain kosmetik, ada juga yang sedang ramai yaitu *skincare*. *Skincare* juga memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar perempuan maupun laki-laki akan perawatan kulit. Kosmetik maupun *skincare* sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan kimia tidak selalu memberi efek sama untuk setiap

konsumen. Namun demikian bagaimana sesungguhnya penilaian konsumen akan produk kosmetik sehingga produk tersebut dinilai memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjadi cantik (Safitri dkk, 2021).

Maraknya kebutuhan kosmetik di Indonesia mengakibatkan para pengusaha berlomba-lomba untuk menjual produk yang berkualitas dengan harga terjangkau sehingga banyak dicari oleh konsumen. Salah satunya toko Medya Cosmetics, toko yang didirikan oleh ibu Widyo Ayuningtyas dari tahun 2017 ini berlokasi di desa Rowosari kecamatan Ulujami. Toko ini menjual berbagai macam kebutuhan produk kecantikan mulai dari *skincare*, *bodycare*, *make up*, parfum dan produk lainnya. Pada Medya Cosmetics terlihat keputusan pembelian konsumen di toko Medya Cosmetics ini juga mengalami naik turun seperti halnya terlihat pada tabel yang menunjukkan data pembeli dari bulan Januari-Desember.

Tabel 1.1
Data penjualan 1 tahun

Bulan	Jumlah Pembeli (Orang)
Januari 2022	930
Februari 2022	896
Maret 2022	975
April 2022	1.200
Mei 2022	1.305
Juni 2022	933
Juli 2022	948
Agustus 2022	945
September 2022	950
Oktober 2022	864
November 2022	871
Desember 2022	973

Dari data di atas dapat dilihat bahwasannya konsumen toko Medya Cosmetics menunjukkan adanya gejala-gejala kecenderungan penurunan pada keputusan pembelian, seperti kurangnya minat dari konsumen. Hal ini dilihat dari kualitas produk dan harga yang dipasarkan kurang sesuai juga langkanya penerapan diskon pada bulan-bulan pertengahan. Padahal kualitas produk dan harga sangat penting untuk dipertimbangkan pada keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik diiringi dengan harga yang terjangkau akan memicu hati konsumen dan tentunya akan berpengaruh pada keputusan pembelian (Sari and Prihartono, 2021)

Adanya kebutuhan kosmetik dan skincare yang dicari semua kalangan masyarakat, dengan maraknya berbagai macam *brand* yang bermunculan. Hal ini menjadi faktor penentu konsumen seperti lebih memperhatikan kualitas dan harga produk yang akan mereka pakai sebelum melakukan keputusan pembelian (Safitri dkk, 2021). Menurut Assuari dalam penelitian Pangastuti dkk (2019) Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang melibatkan penentuan apakah akan melakukan pembelian atau tidak, serta apa yang akan dibeli dengan serangkaian kegiatan atau tahap-tahap sebelumnya dalam proses pembelian, yang mencakup evaluasi, perbandingan, pertimbangan, dan penilaian terhadap berbagai aspek produk atau layanan yang ditawarkan.

Berhasilnya toko Medya Cosmetics dapat diukur dari banyaknya konsumen memutuskan untuk membeli. Semakin banyak orang yang membeli maka semakin besar keuntungan yang didapatkan. Untuk meningkatkan keputusan pembelian sebelumnya ada dorongan dari kegiatan konsumen.

Diantaranya yaitu dengan memberikan kualitas produk juga harga yang baik kepada konsumen. Apabila kualitas produk baik, sesuai dengan harga yang diharapkan, maka keputusan pembelian dapat ditingkatkan (Safitri dkk, 2021).

Suatu produk dikatakan mampu jika bisa melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler and Amstrong, 2008). Tjipto (2012) menyatakan bahwa kualitas itu sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa, dengan itu kualitas produk berhubungan erat dengan keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gede Putra Sanjaya (2022), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun menurut Maiza (2022) menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Suatu produk juga dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen, kualitas produk di toko Medya Cosmetics sendiri belum sepenuhnya produk yang ada di toko ini berlabel halal dan BPOM tetapi masih dijual pada konsumen (Sumber: Ibu Ratna, dan Ibu Arum). Hal itu yang menjadikan faktor keputusan pembelian menurun dan tidak memenuhi target. Selain kualitas produk, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Thariq dalam Nurliyanti dkk (2022) Harga juga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan, bukan harga yang dinyatakan pemasar. Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima dan juga batas atas harga yang mana lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selvia (2022) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun menurut penelitian Marwia (2019) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari wawancara dari konsumen, pada toko Medya Cosmetics sendiri sekarang sudah jarang memberikan potongan harga dan potongan harga hanya diberikan dibeberapa produk saja (Sumber: Ibu Titin dan Ibu Eka). Hal ini yang menjadikan faktor keputusan pembelian menurun dan tidak memenuhi target.

Proses keputusan diawali saat konsumen mempunyai sebuah kebutuhan, dan tertarik pada produk untuk dibeli. Namun sebelum melakukan pembelian, konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan produk dan harga yang akan mereka beli. Berdasarkan uraian latar belakang maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul

**“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami
Kabupaten Pematang Jaya)”**

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas yang telah diuraikan, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang tertera diatas, dapat ditarik tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di toko Medya Cosmetics

2. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian dari penelitian ini adalah:

a. Teoritis

- i. Hasil dari penelitian ini bermanfaat meningkatkan ilmu pengetahuan dan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian pada konsumen. Terutama faktor yang ada pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga.
- ii. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan utama untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen.

b. Praktis

i. Bagi Peneliti

- a) Dengan ilmu yang didapatkan pada waktu kuliah diharapkan bisa bermanfaat saat menghadapi permasalahan yang terjadi di kehidupan nyata
- b) Diharapkan nantinya bisa bermanfaat sebagai bahan perbandingan antara teori dan praktik langsung yang ada di lapangan

ii. Bagi Perusahaan

- a) Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan mengenai kualitas produk dan harga bagi perusahaan dan pihak yang berkepentingan didalam perusahaan
- b) Bisa menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan perusahaan tentang kualitas produk dan harga

iii. Bagi Pihak Lain

- a) Penelitian ini dapat menjadi masukan atau tambahan untuk referensi, juga dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sejenis pada masa yang akan datang
- b) Penelitian ini sebagai karya ilmiah yang bisa menambah wawasan juga ilmu pengetahuan

D. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini, untuk mempermudah menganalisis serta menulis peneliti menggunakan sistematika pembahasan diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Hal ini diharapkan supaya bisa membantu pihak terkait, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang memuat berbagai macam teori yang berhubungan dengan kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Telaah Pustaka yang termasuk hasil penelitian terdahulu terkait dengan persoalan yang sedang diteliti. Dan kerangka berfikir tentang hal yang sedang diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan pada penelitian yang sedang diteliti, hal ini meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data dari permasalahan yang sedang diteliti, analisis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari rangkaian hasil penelitian, dan saran yang dilanjut dengan daftart pustaka beserta lampiran lainnya yang mendukung penelitian tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Muslim Medya Cosmetics yang berdomisili di kecamatan Ulujami. Adapun hasil dari penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di toko Medya Cosmetics. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig $0,004 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (2,965) > t_{tabel} (1,989)$. Sehingga dapat diartikan H_{01} ditolak variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Muslim di toko medya cosmetics. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} (7,923) > t_{tabel} (1,989)$. Sehingga dapat diartikan H_{02} ditolak variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin murah harga yang ditawarkan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2), secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan

dengan nilai F_{hitung} sebesar 96,895 dengan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

Yang berarti semakin tinggi kualitas produk dan harga yang ditawarkan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai adjusted (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,666. Hal ini berarti seluruh variabel independen (kualitas produk dan harga) memiliki kontribusi sebesar 66,6% terhadap variabel dependen (keputusan pembelian), sedangkan sisanya 33,4% dapat diproyeksikan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa jika kualitas produk dan harga tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian, hingga faktor tersebut bisa mempengaruhi penjualan di toko lebih dari setengah, dari pada faktor-faktor lain.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini hanya kualitas produk (X1) dan harga (X2) sedangkan masih banyak variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pengambilan sampel dalam penelitian ini hanya 97 sampel yang diambil dari konsumen Muslim toko Medya Cosmetics.

C. Implikasi

Implikasi penelitian berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) mampu mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang diberikan kepada konsumen terdapat pengaruh pada keputusan pembelian. Karena kualitas pada produk yang dijual belikan ditentukan oleh masing-masing konsumen sesuai dengan dengan kebutuhan maupun selera konsumen. Sehingga dalam hal ini para konsumen memperhatikan betul kualitas produk yang mereka beli, supaya mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Dan variabel harga (X_2) mampu mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian (Y). Hal ini membuktikan bahwa harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang ditawarkan toko juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Sehingga penelitian ini bisa digunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen yang menjadi pertimbangan suatu keputusan pembelian khususnya pada toko Medya Cosmetics.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis digunakan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan dalam memberikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang mungkin bermanfaat diantaranya:

1. Bagi konsumen Muslim di toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang dalam melakukan pembelian sebaiknya selalu mempertimbangkan kualitas produk dan harga, juga melihat BPOM maupun ke halalan pada produk kosmetik yang dibeli.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis atau variabel yang sama diharapkan dapat meneliti dengan studi kasus yang berbeda dan dengan jumlah sampel yang ditentukan lebih banyak, hal tersebut karena dengan jumlah sampel yang banyak maka hasil analisis data penelitian yang didapatkan akan lebih akurat, peneliti selanjutnya juga disarankan dapat mengembangkan variabel atau indikator-indikator yang digunakan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., and Madden, T. J. (1986). *Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control*. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 22, 453–474.
- Apriliana, E. S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1, 2442–2282. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>
- Aryadhe, T., Suryani, A., and Bagus Sudiksa, I. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3 , 1452–1480.
- Assauri, S. (1993). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ayuk Riska Oktavenia, K., and Gusti Agung Ketut Sri Ardani, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 8 No. 3, 1374–1400.
- Azrullah, M. M., and Suriyok, K. (2022). *Pengaruh Harga , Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi pada UKM Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil)*. Vol. 10 No. 1, 1–6.
- Fadhila, Munte, S., and Daeng Polewangi, Y. (2022). *Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan*. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, Vol. 1 No. 1, 53–68. <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Fauzan, A., and Rohman, A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki*. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol. 9 No. 2, 104–113.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Gede Putra Sanjaya, I., Widani Sugianingrat, I., and Made Astrama, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Vol. 2 No. 3, 844–854.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Bp Undip.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., and Fardani, R. A. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasna Nadiya, F., and Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol. 3 , 1096–1104.
- Kayanti. (2018). *Peran Theory Of Reasoned Action Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil Bank Syariah*. Jurnal Uniska Fakultas Ekonomi, Universitas Swadaya Gunung Jati, Vol. 3 No. 1 .
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Mahyarni. (2018). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*. Jurnal El-Riyasah, Vol. 4 No. 1.
- Maiza, F., Sutardjo, A., and Hadya, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota*. Jurnal Matua, Vol. 4 No. 2, 375–386.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapi Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit ALFABETA.
- Marwia. (2019). *Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Konsumen Online Shop Di Unismuh Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Marzuki, A., Armereo, C., and Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Ahli Media Press.

- Nurhidayah, N., Rahmidani, R., and Syofyan, R. (2019). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang*. Jurnal Ecogen, Vol. 1 No. 4. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5676>
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., and Hadibrata, B. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement)*. Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik, Vol. 2 No. 2, 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Pangastuti, J., Sudjiono, and Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri*. JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, Vol. 2 No. 1, 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Pratami, N. L. K. ., Trianasari, and Atidira, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT Mertha Buana Motor Singaraja*. Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 2 No. 1, 31–39.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Bantul: Star Up.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV Wade Group.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitan (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Safitri, H., Vitria, H. A., and Hasanah, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Toko Mahkota Ayu Kosmetik(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Garnier Di Banjarmasin Utara)*. Unismuhpalu.Ac.Id, 1.
- Saputro. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sari, R. M., and Prihartono. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. Jimea: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi, Vol. 4 No. 1, 106–113.
- Sarjono, H., and Julianita, W. (2011). *SPSS Vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

- Selvia, M., Tumbel, A. L., and Djemly, W. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol. 10 No. 4, 320–330. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43797>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Issue 300). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Persada.
- Swastha, B. (2002). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjipto, S. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Ulya, Z., Safwandi, and Jannah, M. (2023). *Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Indonesian Standart (QRIS)*. J-Reb : Journal- Research of Economic Dan Bussiness, Vol. 2 No. 1, 9–20.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wirayanthi, N., and Santoso, S. (2019). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label*. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, Vol. 2 No. 1, 87–96.
- Wulandari, D. A., and Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu Di Desa Sambong)*. E-Proceeding of Management, Vol. 8 No. 5, 6093–6104.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KONSUMEN MUSLIM TOKO MEDYA COSMETICS
KECAMATAN ULUJAMI KABUPATEN PEMALANG)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Ika Ajeng Lutfiyanti (4118219) mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saat ini saya sedang menyelesaikan penyusunan penelitian karya ilmiah (skripsi) sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1), saya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan studi penelitian saya.

Saya memohon dengan hormat kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan yang ada pada kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenarnya. Peran saudara/i akan sangat membantu dalam keberhasilan penelitian ini.

Berdasarkan kode etik penelitian ilmiah, saya akan menjamin kerahasiaan informasi yang saudara/i berikan dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ilmiah. Atas kerjasama dan ketersediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya



Ika Ajeng Lutfiyanti
NIM. 4118219

Kuesioner Penelitian

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya untuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Muslim Toko Medya Cosmetics Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang)”**

I. Identitas Responden

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : _____
- Laki-Laki Perempuan
- Pekerjaan : _____
- PNS
- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Pengusaha
- Lainnya
- Agama : _____
- Penghasilan Perbulan : _____
- < Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
- Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai. Tidak ada jawaban benar atau salah. Pemilihan kolom mencantumkan penilaian anda dengan kriteria berikut.

III. Keterangan

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Netral (N) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

IV. Daftar Pertanyaan

Berikan tanda (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan:

Kualitas Produk (X1)						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasakan manfaat dari produk-produk halal yang saya beli di toko Medya Cosmetics					
2	Saya memilih produk yang sudah BPOM di toko Medya Cosmetics					
3	Produk-produk di toko Medya Cosmetics bisa di pakai dengan jangka waktu yang lama					
4	Produk-produk di toko Medya Cosmetics memiliki masa kadaluwarsa yang lama					
5	Saya merasa produk-produk di toko Medya Cosmetics menarik					
6	Toko Medya Cosmetics memiliki keandalan di tiap produk mereka untuk menarik perhatian konsumen					
Harga (X2)						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli kosmetik di toko Medya Cosmetics karena harganya terjangkau					
2	Semakin murah produk kosmetik di toko Medya Cosmetics, biasanya menjadi pilihan saya					
3	Produk kosmetik yang dijual di toko Medya Cosmetics memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
4	Saya membeli kosmetik di toko Medya Cosmetics karena kualitasnya lebih baik					
5	Produk kosmetik di toko Medya Cosmetics memiliki kisaran harga yang sama dengan produk di toko lainnya					

6	Saya membeli kosmetik di toko Medya Cosmetics karena harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
7	Toko Medya Cosmetics sering memberikan potongan harga (diskon)					
8	Saya tertarik membeli kosmetik di toko Medya Cosmetics ketika ada diskon					
9	Saya membeli kosmetik di toko Medya Cosmetics karena harga yang sesuai dengan kemampuan saya					
10	Harga yang terlalu rendah menunda keputusan saya untuk membeli produk di toko Medya Cosmetics					
Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian di toko Medya Cosmetics karena kebutuhan					
2	Saya melakukan pembelian di toko Medya Cosmetics karena permasalahan pada kulit saya					
3	Saya melakukan pembelian di toko Medya Cosmetics karena mudah mendapatkan informasi					
4	Saya melakukan pembelian di toko Medya Cosmetics karena lebih baik dari toko kosmetik lainnya					
5	Saya melakukan pembelian di toko Medya Cosmetics karena saran dari orang lain					
6	Setelah melihat-lihat produk yang dijual di toko Medya Cosmetics saya tertarik untuk membeli					

Lampiran 2

Tabulasi Data Penelitian Variabel

A. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Produk

No.	Kualitas Produk (X1)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	5	5	4	5	5	5	29
2.	4	5	3	3	3	4	22
3.	3	5	4	3	3	4	22
4.	4	5	5	3	4	3	24
5.	5	4	4	5	5	4	27
6.	4	4	3	3	4	3	21
7.	3	4	3	3	3	3	19
8.	5	5	4	4	4	3	25
9.	5	5	5	4	4	5	28
10.	4	5	3	3	4	4	23
11.	5	5	5	5	5	5	30
12.	4	5	4	4	4	4	25
13.	5	5	5	5	3	4	27
14.	4	5	3	3	3	3	21
15.	4	4	4	4	4	4	24
16.	2	4	4	3	3	3	19
17.	4	5	3	3	5	5	25
18.	4	5	3	3	3	4	22
19.	4	5	4	4	4	4	25
20.	3	5	3	3	3	3	20
21.	4	5	4	3	4	4	24
22.	4	4	4	4	4	4	24
23.	4	4	5	4	3	4	24
24.	5	5	5	5	5	5	30
25.	4	4	4	4	4	4	24
26.	3	5	4	4	5	4	25
27.	5	5	5	5	5	5	30
28.	4	5	3	2	1	2	17
29.	4	5	5	5	4	4	27
30.	5	5	5	5	5	5	30
31.	4	4	3	3	4	3	21
32.	4	4	3	3	5	3	22
33.	5	5	5	4	4	4	27
34.	3	4	3	4	3	3	20
35.	4	5	4	3	4	4	24
36.	4	5	3	3	4	3	22
37.	4	5	4	3	3	4	23

38.	4	5	3	4	4	3	23
39.	4	4	4	3	3	3	21
40.	4	5	4	4	3	3	23
41.	4	4	3	4	3	3	21
42.	4	4	4	4	4	4	24
43.	4	5	4	4	4	3	24
44.	4	5	4	3	3	4	23
45.	5	5	4	4	4	4	26
46.	4	4	4	3	5	4	24
47.	4	4	5	4	5	4	26
48.	5	5	5	5	5	4	29
49.	5	5	5	5	5	5	30
50.	5	5	4	4	4	4	26
51.	5	5	5	4	4	3	26
52.	5	5	5	5	5	5	30
53.	5	5	4	4	4	4	26
54.	4	4	4	4	4	4	24
55.	3	3	3	3	3	3	18
56.	3	5	3	4	3	3	21
57.	4	4	4	3	4	4	23
58.	4	4	4	4	4	4	24
59.	5	2	2	3	2	2	16
60.	5	5	4	3	4	5	26
61.	4	5	3	3	4	4	23
62.	3	3	3	3	3	3	18
63.	4	5	4	4	3	4	24
64.	4	4	5	4	4	3	24
65.	4	4	4	4	4	4	24
66.	5	5	5	5	5	5	30
67.	2	3	3	3	4	4	19
68.	5	4	4	4	4	4	25
69.	4	5	4	4	4	5	26
70.	4	5	5	4	4	4	26
71.	4	4	4	4	4	4	24
72.	4	4	4	4	5	5	26
73.	3	2	2	2	2	2	13
74.	4	5	3	3	3	4	22
75.	3	5	3	4	3	4	22
76.	4	4	3	3	4	4	22
77.	5	5	5	5	4	4	28
78.	4	5	4	4	3	3	23
79.	4	4	4	4	4	4	24
80.	4	4	4	4	4	4	24
81.	3	5	3	3	4	4	22

82.	4	5	4	3	5	4	25
83.	3	4	3	3	3	4	20
84.	4	5	3	2	4	3	21
85.	4	4	4	4	4	4	24
86.	4	5	4	4	4	4	25
87.	4	4	4	4	4	4	24
88.	2	4	3	4	4	3	20
89.	4	5	4	4	4	3	24
90.	4	4	4	4	4	4	24
91.	3	5	3	3	3	3	20
92.	4	4	4	4	3	3	22
93.	4	4	4	4	3	4	23
94.	4	4	4	4	4	4	24
95.	5	5	5	5	5	5	30
96.	5	5	4	3	3	2	22
97.	5	1	1	5	1	4	17

B. Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga

No.	Harga (X2)										Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1.	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	43
2.	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	35
3.	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
4.	4	5	5	3	5	5	4	4	5	3	43
5.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
6.	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	34
7.	4	5	4	3	4	3	2	5	5	1	36
8.	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	35
9.	5	5	3	4	5	4	4	3	4	5	42
10.	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36
11.	5	5	5	5	1	5	5	3	5	1	40
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
13.	4	5	4	5	2	4	2	2	4	3	35
14.	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	32
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
16.	2	3	4	3	2	4	2	3	1	2	26
17.	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	39
18.	3	1	5	4	4	5	4	3	5	5	39
19.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
20.	3	3	4	3	5	4	3	5	3	2	35
21.	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	39
22.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23.	5	4	4	5	3	5	4	3	2	4	39

24.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26.	5	3	4	4	5	4	5	3	4	3	40
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28.	5	3	4	3	2	4	5	2	2	4	34
29.	4	2	4	3	4	4	2	2	4	4	33
30.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31.	3	2	4	3	4	4	3	2	3	5	33
32.	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
33.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
34.	4	5	4	3	3	4	4	4	5	3	39
35.	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	36
36.	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	34
37.	5	3	4	5	5	4	3	2	4	2	37
38.	3	3	4	3	3	3	3	5	4	3	34
39.	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	34
40.	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	34
41.	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	39
42.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43.	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
44.	2	2	5	4	2	4	5	5	4	5	38
45.	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	35
46.	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5	42
47.	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	43
48.	4	4	5	4	4	4	5	4	4	1	39
49.	5	4	4	4	3	5	4	3	5	5	42
50.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
51.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
52.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53.	5	5	4	4	3	4	4	5	5	3	42
54.	4	2	4	2	4	4	3	4	4	2	33
55.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56.	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
57.	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	41
58.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59.	2	5	5	4	2	4	5	2	4	1	34
60.	5	1	5	4	4	5	5	2	5	5	41
61.	4	5	5	3	4	4	4	5	5	3	42
62.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63.	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	32
64.	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
65.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
66.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39

68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69.	4	2	5	5	3	4	3	5	4	3	38
70.	4	4	3	3	4	4	3	5	4	2	36
71.	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
72.	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	41
73.	2	3	1	3	2	1	2	2	2	1	19
74.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
75.	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	37
76.	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	36
77.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
78.	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	36
79.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80.	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
81.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82.	5	4	4	4	3	5	4	3	4	2	38
83.	3	2	4	3	3	3	2	5	4	4	33
84.	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	38
85.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86.	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	42
87.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
88.	2	4	3	4	3	4	4	4	4	2	34
89.	3	2	4	3	3	4	2	3	3	2	29
90.	3	5	3	4	3	3	3	4	4	3	35
91.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92.	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	28
93.	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	39
94.	5	5	4	4	3	4	3	5	3	3	39
95.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96.	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	27
97.	4	5	2	1	5	2	2	3	5	3	32

C. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1.	5	3	4	4	4	4	24
2.	5	3	2	3	3	3	19
3.	4	2	4	3	4	4	21
4.	5	3	5	4	4	5	26
5.	5	4	4	5	4	4	26
6.	3	3	4	3	3	3	19
7.	4	4	3	2	4	3	20
8.	5	4	4	4	4	4	25
9.	5	5	4	4	5	5	28

10.	4	2	4	3	3	4	20
11.	5	3	5	5	1	5	24
12.	4	2	4	4	2	4	20
13.	5	3	5	3	4	2	22
14.	4	3	3	3	4	3	20
15.	4	2	4	4	4	4	22
16.	4	1	4	3	4	4	20
17.	5	5	5	3	3	4	25
18.	4	2	4	4	4	4	22
19.	4	4	4	4	4	4	24
20.	4	3	2	2	3	3	17
21.	5	3	4	3	4	4	23
22.	4	4	4	4	4	4	24
23.	4	3	5	5	3	3	23
24.	5	5	5	5	5	5	30
25.	4	4	4	4	4	4	24
26.	4	3	4	3	4	4	22
27.	5	5	5	5	5	5	30
28.	4	2	4	4	2	3	19
29.	5	2	4	3	5	5	24
30.	5	5	5	5	5	5	30
31.	4	4	3	2	4	4	21
32.	4	2	4	4	5	5	24
33.	4	4	4	4	4	4	24
34.	4	4	3	3	3	4	21
35.	4	3	3	2	3	3	18
36.	5	5	4	3	3	4	24
37.	5	4	2	4	2	4	21
38.	3	3	3	3	3	3	18
39.	4	3	3	4	3	3	20
40.	4	4	3	3	4	3	21
41.	4	4	4	4	4	4	24
42.	4	4	4	4	4	4	24
43.	5	4	3	3	3	3	21
44.	3	4	4	2	2	4	19
45.	4	3	4	3	4	4	22
46.	4	4	4	3	3	5	23
47.	4	4	5	4	5	3	25
48.	4	2	4	4	2	4	20
49.	5	4	5	3	4	3	24
50.	5	2	4	3	3	4	21
51.	4	4	4	4	3	4	23
52.	5	5	5	5	4	5	29
53.	5	4	4	2	4	4	23

54.	4	4	4	2	4	4	22
55.	3	3	3	3	3	3	18
56.	3	3	3	3	3	3	18
57.	4	4	3	4	4	4	23
58.	4	4	4	4	4	4	24
59.	4	1	5	2	4	4	20
60.	5	5	5	5	2	5	27
61.	3	4	4	3	4	4	22
62.	3	4	4	4	4	4	23
63.	4	3	3	3	4	4	21
64.	4	4	5	5	4	4	26
65.	4	4	4	4	4	4	24
66.	5	5	5	5	5	5	30
67.	4	4	3	4	4	4	23
68.	4	4	4	4	4	4	24
69.	4	4	4	3	4	4	23
70.	3	4	4	3	4	4	22
71.	4	2	4	4	4	4	22
72.	3	4	5	4	5	5	26
73.	2	2	3	3	3	2	15
74.	5	5	5	5	5	5	30
75.	4	5	4	3	4	4	24
76.	4	4	4	3	3	4	22
77.	4	4	4	4	4	4	24
78.	4	4	4	3	2	3	20
79.	3	3	3	4	3	4	20
80.	5	4	3	3	4	4	23
81.	4	3	4	4	4	4	23
82.	4	4	5	4	4	5	26
83.	3	3	3	3	3	4	19
84.	5	4	3	3	2	3	20
85.	4	4	4	4	4	4	24
86.	5	4	4	4	4	4	25
87.	4	4	4	4	4	4	24
88.	4	4	4	3	3	4	22
89.	3	3	4	3	2	3	18
90.	4	2	3	3	3	4	19
91.	3	3	3	3	3	3	18
92.	4	4	3	3	3	3	20
93.	4	3	3	3	4	3	20
94.	3	3	4	4	4	4	22
95.	5	5	5	5	5	5	30
96.	4	4	1	3	3	3	18
97.	5	4	3	1	1	2	16

Lampiran 3

Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Output SPSS Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.234*	.465**	.510**	.315**	.378**	.659**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.000	.002	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.234*	1	.482**	.126	.365**	.281**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.021		.000	.218	.000	.005	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.465**	.482**	1	.584**	.571**	.484**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.510**	.126	.584**	1	.431**	.534**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.218	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.315**	.365**	.571**	.431**	1	.604**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.378**	.281**	.484**	.534**	.604**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total_X1	Pearson Correlation	.659**	.575**	.834**	.732**	.770**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

B. Output SPSS Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.383**	.355**	.433**	.374**	.538**	.467**	.126	.432**	.363**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.219	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.383**	1	.110	.321**	.157	.158	.235*	.344**	.380**	.038	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000		.281	.001	.124	.122	.021	.001	.000	.713	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.355**	.110	1	.533**	.176	.685**	.465**	.238*	.418**	.278**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.281		.000	.085	.000	.000	.019	.000	.006	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.433**	.321**	.533**	1	.141	.555**	.423**	.168	.279**	.291**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.168	.000	.000	.099	.006	.004	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.374**	.157	.176	.141	1	.253*	.174	.261**	.389**	.326**	.521**
	Sig. (2-tailed)	.000	.124	.085	.168		.012	.088	.010	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.538**	.158	.685**	.555**	.253*	1	.513**	.179	.380**	.365**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.122	.000	.000	.012		.000	.079	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	.467**	.235*	.465**	.423**	.174	.513**	1	.209*	.386**	.397**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000	.000	.088	.000		.040	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.126	.344**	.238*	.168	.261**	.179	.209*	1	.369**	.203*	.518**
	Sig. (2-tailed)	.219	.001	.019	.099	.010	.079	.040		.000	.046	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

X2.9	Pearson Correlation	.432**	.380**	.418**	.279**	.389**	.380**	.386**	.369**	1	.296**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000		.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.10	Pearson Correlation	.363**	.038	.278**	.291**	.326**	.365**	.397**	.203*	.296**	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.713	.006	.004	.001	.000	.000	.046	.003		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Total_X2	Pearson Correlation	.708**	.525**	.647**	.648**	.521**	.707**	.682**	.518**	.689**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C. Output SPSS Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y	
Y1	Pearson Correlation	1	.321**	.262**	.236*	.141	.312**	.540**	
	Sig. (2-tailed)		.001	.010	.020	.169	.002	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	
Y2	Pearson Correlation	.321**	1	.199	.273**	.222*	.276**	.603**	
	Sig. (2-tailed)	.001		.051	.007	.029	.006	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	
Y3	Pearson Correlation	.262**	.199	1	.503**	.357**	.527**	.708**	
	Sig. (2-tailed)	.010	.051		.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	
Y4	Pearson Correlation	.236*	.273**	.503**	1	.318**	.539**	.724**	
	Sig. (2-tailed)	.020	.007	.000		.002	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	
Y5	Pearson Correlation	.141	.222*	.357**	.318**	1	.440**	.638**	
	Sig. (2-tailed)	.169	.029	.000	.002		.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	
Y6	Pearson Correlation	.312**	.276**	.527**	.539**	.440**	1	.761**	
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.000	.000	.000		.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	

Total	Pearson Correlation	.540**	.603**	.708**	.724**	.638**	.761**	1
_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

D. Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

E. Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.814	10

F. Output SPSS Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

Lampiran 4

Output SPSS Uji Asumsi Klasik

A. Output SPSS Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	97		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.85213827	
Most Extreme Differences	Absolute	.047	
	Positive	.047	
	Negative	-.035	
Test Statistic	.047		
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.875	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.866
		Upper Bound	.884
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

B. Output SPSS Uji Linearitas

1. Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between Groups	(Combined)	582.958	15	38.864	7.402	.000
		Linearity	459.026	1	459.026	87.425	.000
		Deviation from Linearity	123.932	14	8.852	1.686	.075
Within Groups			425.289	81	5.250		
Total			1008.247	96			

2. Uji Linearitas Variabel Harga (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	739.923	19	38.943	11.175	.000
		Linearity	648.132	1	648.132	185.992	.000
		Deviation from Linearity	91.790	18	5.099	1.463	.128
	Within Groups		268.325	77	3.485		
	Total		1008.247	96			

C. Output SPSS Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.942	1.511		1.286	.202		
	Kualitas Produk	.232	.078	.239	2.965	.004	.535	1.870
	Harga	.397	.050	.639	7.923	.000	.535	1.870

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

D. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.002	.953		2.100	.038
	Kualitas Produk	.010	.049	.028	.201	.841
	Harga	-.021	.032	-.095	-.676	.500

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 5

Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

A. Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.942	1.511		1.286	.202
	Kualitas Produk	.232	.078	.239	2.965	.004
	Harga	.397	.050	.639	7.923	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

B. Output SPSS Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.942	1.511		1.286	.202
	Kualitas Produk	.232	.078	.239	2.965	.004
	Harga	.397	.050	.639	7.923	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	678.927	2	339.464	96.895	.000 ^b
	Residual	329.320	94	3.503		
	Total	1008.247	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.673	.666	1.872

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Lampiran 6

Tabel t

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621

Lampiran 7

Tabel r

Tabel r untuk df = 70 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 8

Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75

Lampiran 9

DOKUMENTASI



Gambar 9.1 Survey lokasi



Gambar 9.2 Bersama *owner* toko Medya Cosmetics



Gambar 9.3 Bersama karyawan toko Medya Cosmetics

Lampiran 10

Surat Hasil Similarity



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 6 Bawadaku, Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.feb.uinsdrc.ac.id email: feb@uinsdrc.ac.id

SURAT KETERANGAN SIMILARITY CHECKING

Nomor : B-339/Un.27/Set.IV.1/PP.00.9/11/2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : IKA AJENG LUTFIYANTI
NIM : 4118219
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Konsumen Muslim Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang)

telah melalui tahap *plagiarism/similarity checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 2 November 2023
Hasil (Similarity) : 21%

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme sesuai dengan ketentuan yang berlaku di FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Surat Keterangan ini berlaku selama 1 (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munqasyah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 2 November 2023

an. Dekan

Prof. Dr. Nurrammah Aris Saff'i, M.E.I.



Nurrammah Aris Saff'i, M.E.I.

NIP. 19851012 201503 1 004

Lampiran 11

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Ika Ajeng Lutfiyanti
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 21 Maret 2000
3. Alamat rumah : Desa Rembun RT 02 RW 06 Kecamatan Siwalan
4. Nomor HP : 085702229325
5. Email : ikaajeng251@gmail.com
6. Nama ayah : Mohamad Imroni
7. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
8. Nama Ibu : Wiwin Muharwati
9. Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N 2 REMBUN (2006-2012)
2. SMP : SMP N 1 ULUJAMI (2012-2015)
3. SMA : MAN 1 KOTA PEKALONGAN (2015-2018)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Pengurus Rayon PMII IAIN Pekalongan sebagai anggota biro Pendidikan (2019-2020)
2. Pengurus Rayon PMII IAIN Pekalongan sebagai anggota LSO (2020-2021)
3. Pengurus KOPRI Komisariat PMII IAIN Pekalongan sebagai bendahara umum (2021-2022)
4. Pengurus KOPRI Cabang PMII Pekalongan sebagai koordinator biro Ekonomi (2023)
5. Pengurus Karang Taruna Desa Rembun sebagai Sekretaris (2023-2026)

Pekalongan, 30 Oktober 2023



Ika Ajeng Lutfiyanti