ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan: Apakah variabel kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo? Apakah variabel keluarga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo? Apakah variabel kehalalan produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih wardah di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo? Dan apakah ada pengaruh bersama-sama kelompok referensi, keluarga, kehalalan produk terhadap keputusan konsumen memilih produk Wardah Kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo?

Data dari penelitian ini dihimpun melalui penyebaran kuesioner kepada 100 konsumen Wardah kosmetik di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo. Untuk mengetahui validitas data dari kuesioner, digunakan uji validitas dan reliabilitas. Untuk analisis data digunakan uji asumsi klasik. Untuk uji hipotesis diuji melalu uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil penelitian uji t pada variabel kelompok referensi didapati nilai t hitung 3,326 > t tabel 1,98498 maka Ho ditolak, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji t pada variabel keluarga didapati nilai –t hitung -1,789 > -t tabel -1,98498 maka Ho diterima yang artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian uji t pada variabel kehalalan produk didapati nilai t hitung 4,270 > t tabel 1,98498 maka Ho ditolak yang artinya secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara hasil uji F secara serentak terhadap variabel kelompok referensi, keluarga dan label halal didapati F hitung12,263 >dari F tabel2,700, maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara kelompok referensi, keluarga dan kehalalan produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Berdasarkan hasil analisis determinasi, menunjukkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah 25,4%. Sedangkan sisanya sebesar 74,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran bagi Wardah kosmetik diharapkan untuk lebih memperhatikan lagi pada segmentasi kelompok keluarga, karena keluarga memiliki keterlibatan paling tinggi dalam konsumen. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian dalam wilayah yang lebih luas lagi karena dalam penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo saja dan dengan jumlah sampel yang lebih besar agar data yang didapat lebih mendalam. Bagi responden hendaknya tanyakan lebih detail mengenai kandungan yang terdapat dalam sebuah produk kepada yang lebih ahli agar tidak menyesal dikemudian hari.

Kata Kunci: KelompokReferensi, Keluarga, Kehalalan Produk, KeputusanPembelian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id