

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)” ini di tulis oleh Bella Nureza Novariana, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 17402153585, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan banyaknya penduduk yang berjenis kelamin perempuan dibanding laki-laki. Hal tersebut membuat kebutuhan akan barang tambahan semakin banyak khususnya produk kosmetik kecantikan. Kebutuhan akan produk kecantikan menjadi magnet tersendiri bagi kaum wanita. Tidak, menampik bahwa produk kecantikan tidak hanya digunakan untuk wanita tapi juga pria. Produk kecantikan yang notabennya bukan berasal dari Indonesia beredar pesat di pasaran. Hal ini mengindikasikan adanya pertumbuhan kebutuhan masyarakat akan kebutuhan tersier tersebut. Disisi lain, keputusan pembelian produk kecantikan juga sangat menjadi sorotan utama bagi pelaku produsen.

Rumusan masalah yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah(1) Apakah indikator variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian? (2) Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian? (3) Apakah indikator variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian? (4) Apakah tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh indikator produk, harga, indikator promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis pendekatan asosiatif. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi logistik biner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Jenis data pada penelitian ini yaitu data primer yang diambil dengan melakukan penyebaran kuesioner. Data kuesioner diolah menggunakan aplikasi SPSS 16.0 dan teknik analisis data menggunakan uji dependensi chi-square, uji regresi logistik biner univariat, uji signifikansi model, uji signifikansi koefisien parameter model, uji kesesuaian model, interpretasi model dan ketetapan klasifikasi model.

Hasil analisis dengan metode regresi logistik biner dapat disimpulkan bahwa (1) indikator produk (variabel bahan produk) berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (2) variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (3) variabel indikator promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (4) variabel tempat berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.

Kata kunci: Indikator Produk, Harga, Indikator Promosi, Tempat, Keputusan Pembelian, dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "Analysis of the Effect of Products, Prices, Promotions, and Places on Purchase Decisions (Case Study Students of the Faculty of Economics and Business in Islam)" was written by Bella Nureza Novariana, Department of Islamic Economics, NIM. 17402153585, Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I*

*This research is motivated by the problem of the number of female population compared to men. This makes the need for additional goods more and more especially cosmetic beauty products. The need for beauty products is a magnet for women. No, denying that beauty products are not only used for women but also men. For cosmetics that are not originally from Indonesia, they are circulating rapidly in the market. This indicates a growing demand for tertiary needs. On the other hand, the decision to purchase beauty products is also a major highlight for producers.*

*The formulation of the problem used in writing this thesis is (1) Does the product variable indicator influence the purchasing decision? (2) Does the price variable affect the purchasing decision? (3) Does the promotion variable indicator influence the purchasing decision? (4) What is the place of influence on purchasing decisions?*

*This study aims to examine the effect of product indicators, prices, promotion indicators and places on cosmetic product purchasing decisions. This study uses a quantitative approach and the type of associative approach. The analytical method used is a binary logistic regression analysis method. The sample used in this study was from the Students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung. The type of data in this study is primary data taken by distributing questionnaires. Questionnaire data were processed using SPSS 16.0 application and data analysis techniques used chi-square dependency test, univariate binary logistic regression test, model significance test, significance test model parameter coefficient, model suitability test, model interpretation and model classification provisions*

*The results of the analysis using binary logistic regression method can be concluded that (1) product indicators (product material variables) have an effect but not significantly on cosmetic product purchasing decisions (2) price variables positively and significantly affect cosmetic product purchasing decisions (3) indicator variables promotion does not affect the purchasing decisions of cosmetic products (4) place variables have a negative effect on purchasing decisions on cosmetic products.*

*Keywords: Product Indicator, Price, Promotion Indicator, Place, Purchase Decision, and Students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung*