

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Kepuasan dan Frekuensi Pembayaran QRIS Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikasi Halal di Yuna *Cosmetics*” ini ditulis oleh Aswin Nida, NIM. 126402211009, dengan pembimbing Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepuasan, Pembayaran QRIS, Pembelian Produk, Yuna *Cosmetics*.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan berkembangnya sistem pembayaran digital menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam industri kosmetik halal. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal, serta kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi pembayaran, penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana ketiga variabel tersebut berinteraksi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan, Kepuasan dan Frekuensi Pembayaran QRIS terhadap Pembelian produk kosmetik bersertifikasi halal di Yuna *Cosmetics* baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *accidental* atau *incidental sampling* sebanyak 96 orang pelanggan Yuna *Cosmetics*. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linier berganda dengan aplikasi IBM SPSS *Statistics* 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk di Yuna *Cosmetics*, Kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk di Yuna *Cosmetics* dan Frekuensi Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk di Yuna *Cosmetics*, Sedangkan secara simultan, Kemudahan, Kepuasan dan Frekuensi Pembayaran QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikasi Halal di Yuna *Cosmetics* sebesar 61,1%.

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Convenience, Satisfaction and Frequency of QRIS Payments on Purchasing Halal Certified Cosmetic Products at Yuna Cosmetics” was written by Aswin Nida, NIM. 126402211009, with the supervisor Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Keywords: *Ease, Satisfaction, QRIS Payment, Purchases Product, Yuna Cosmetics*

This research is motivated by the development of digital payment systems as one of the important factors influencing consumer behavior, especially in the halal cosmetics industry. With increasing consumer awareness of the importance of halal products, as well as the convenience offered by payment technology, this study seeks to understand how these three variables interact and contribute to purchasing decisions.

Level and QRIS Payment Frequency on Purchases of Halal Certified Cosmetic Products at Yuna Cosmetics both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with associative research. The data used is primary data derived from questionnaires with sampling using non-probability sampling techniques with accidental or incidental sampling types as many as 96 Yuna Cosmetics customers. This study uses validity tests and reliability tests classical assumption test, hypothesis testing and multiple linear regression test with the IBM SPSS Statistics 26 application.

The results showed that partially the Ease Level has a positive and significant effect on Purchases Product at Yuna Cosmetics, the Satisfaction Level has no positive and significant effect on Purchases Product at Yuna Cosmetics and Frequency of Use has a positive and significant effect on Purchases Product at Yuna Cosmetics, While simultaneously, the Ease Level, Satisfaction Level and QRIS Payment Frequency have a positive and significant effect on Purchases of Halal Certified Cosmetic Products at Yuna Cosmetics by 61.1%.

ملخص

أطروحة بعنوان ”أثر الملاءمة والرضا وتكرار دفعات نظام الاستجابة السريعة على مشتريات مستحضرات التجميل الحلال المعتمدة في شركة يونا لمستحضرات التجميل“ من تأليف أسوين نيدا، NIM. 126402211009، مع المشرف د. محمد أسود، ماجستير.

الكلمات المفتاحية سهولة الشراء، الرضا، دفع نظام الاستجابة السريعة في نظام الاستجابة السريعة، شراء المنتجات، مستحضرات تجميل يونا.

الدافع وراء هذا البحث هو تطور أنظمة الدفع الرقمي كأحد العوامل المهمة التي تؤثر على سلوك المستهلك، خاصة في صناعة مستحضرات التجميل الحلال. ومع تزايد وعي المستهلكين بأهمية المنتجات الحلال، فضلاً عن الراحة التي توفرها تكنولوجيا الدفع، تسعى هذه الدراسة إلى فهم كيفية تفاعل هذه المتغيرات الثلاثة ومساهمتها في قرارات الشراء.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الملاءمة والرضا وتكرار عمليات الدفع باستخدام نظام الاستجابة السريعة على شراء مستحضرات التجميل الحلال في شركة يونا لمستحضرات التجميل بشكل جزئي ومتزامن. يستخدم هذا البحث منهجاً كمياً مع البحث الترابطي. البيانات المستخدمة هي بيانات أولية مستمدة من الاستبيانات مع أخذ عينات باستخدام تقنيات أخذ العينات غير الاحتمالية مع أخذ عينات مترابطة أو عرضية بعدد 96 عميل من عملاء يونا لمستحضرات التجميل. تستخدم هذه الدراسة اختبارات الصلاحية والموثوقية واختبارات الافتراضات الكلاسيكية واختبار

الفرضيات واختبارات الانحدار الخطي المتعدد باستخدام تطبيق IBM SPSS Statistics 26.

أظهرت النتائج أن سهولة الجزئية لها تأثير إيجابي ودال على مشتريات المنتجات لدى شركة يونا لمستحضرات التجميل، والرضا ليس له تأثير إيجابي ودال على مشتريات المنتجات لدى شركة يونا لمستحضرات التجميل، وتكرار الاستخدام له تأثير إيجابي ودال على مشتريات المنتجات لدى شركة يونا لمستحضرات التجميل، بينما في الوقت نفسه، فإن سهولة والرضا وتكرار الدفع بنظام الاستجابة السريعة له تأثير إيجابي ودال على شراء مستحضرات التجميل الحلال لدى شركة يونا لمستحضرات التجميل بنسبة 61.1%.