

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, PERSEPSI HARGA DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK BERLABEL HALAL**

**(Studi pada konsumen pengguna kosmetik berlabel halal
di Purwokerto)**



SKRIPSI

**NADELA SAKTIANA
1602010283**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, PERSEPSI HARGA DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK BERLABEL HALAL**

**(Studi pada konsumen pengguna kosmetik berlabel halal
di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen S1

Oleh :

Nadela Saktiana

1602010283

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si

NIP/NIK : 2160159




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nadela Saktiana
NIM : 1602010283
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si ()
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana Astuti, SE, M.Si, Ph.D ()
Anggota 2 : Purnadi, SE, M.Si ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 30 Januari 2020

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Ahmad Darmawan, SE, M.Si.
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Nadela Saktiana
NIM : 1602010283
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 30 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Nadela Saktiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan 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 Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. 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 mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.Si., M.H.I, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Akhmad Darmawan, S.E, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Muchammad Agung Miftahuddin, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Hj. Herni Justiana Astuti, SE, M.Si, Ph.D dan Purnadi, SE, M.Si, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;

6. Kedua orangtua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, yang selalu mengingatkan untuk terus berusaha dalam segala hal untuk mendapatkan ilmu yang berkah dan menjadi pribadi yang bermanfaat untuk orang lain;
 7. Sahabat saya Ina Alfatah, Nova Nurani, Valda Zuninsya, Sely Yuliani yang telah banyak membantu dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini serta;
 8. Teman-teman Manajemen E yang selalu memberikan bantuan selama ini.
- Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 30 Januari 2020

Penulis

Nadela Saktiana

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadela Saktiana
NIM : 1602010283
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK BERLABEL HALAL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 30 Januari 2020
Yang menyatakan,



Nadela Saktiana

PERSEMBAHAN



*Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, kupersembahkan skripsi penuh
perjuangan ini kepada :*

Bapakku Riono, Ibuku Nurhayati Alkiromah

Kakakku Nina Prasesti Dan Adikku Nadeli Triwiono

*Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa
terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*

MOTTO

“Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

“Dan barang siapa memudahkan orang yang kesusahan, maka Allah ta’ala akan mempermudah urusannya didunia dan akhirat ”.

(HR. Muslim)

“Jangan pernah menunda apa yang bisa dikerjakan hari ini untuk dikerjakan besok. Sebab jika anda menyukai hari ini, anda bisa melakukannya lagi esok hari”.

(Anonim)



**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK BERLABEL HALAL
(Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto)**

Nadela Saktiana¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : nadelasaktiana212@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : amif_ump@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam bentuk penelitian survey. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden yang di ambil menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria yang telah disyaratkan. Berdasarkan uji simultan (F test) Sikap Konsumen, Persepsi Harga dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan variabilitas 49,4 %. Sedangkan uji parsial (t test) diperoleh Sikap Konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi Harga dan Persepsi Risiko masing-masing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Sikap Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Risiko dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF CONSUMER ATTITUDES, PRICE PERCEPTIONS
AND RISK PERCEPTIONS OF COSMETIC PURCHASING DECISIONS
LABELED HALAL**

(Study of cosmetics consumers using halal labels in Purwokerto)

Nadela Saktiana¹

*Economics and Business faculty
Muhammadiyah University Purwokerto
Email : nadelasaktiana212@gmail.com*

Muchammad Agung Miftahuddin²

*Economics and Business faculty
Muhammadiyah University Purwokerto
Email : amif_ump@yahoo.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of consumer attitudes, price perceptions and risk perceptions of purchasing decisions. This research uses quantitative research methods in the form of survey research. The number of samples used was 110 respondents who were taken using purposive sampling with the criteria that have been interpreted. Based on a simultaneous test (F test) of consumer attitudes, price perception and risk perception simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with 49.4% variability. While the partial test (t test) obtained by the attitude of consumers has a significant negative effect on purchasing decisions. price perception and risk perception respectively have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Consumer Attitude, Price Perception, Risk Perception and Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PUBLIKASI.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Sikap Konsumen	12
2. Persepsi Harga	17
3. Persepsi Risiko.....	19
4. Keputusan Pembelian.....	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	31

D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
3. Ukuran Sampel.....	37
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
F. Metode Analisis Data	43
1. Uji Instrumen penelitian	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3. Uji Regresi	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Simpulan	83
B. Keterbatasan Dalam penelitian	83
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis 1	50
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis 2.....	52
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis 3.....	53
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis	54
Gambar 4.1 Kurva Hipotesis Uji F	71
Gambar 4.2 Kurva Hipotesis Kedua	73
Gambar 4.3 Kurva Hipotesis Ketiga	73
Gambar 4.4 Kurva Hipotesis Keempat	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Response rate	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	58
Tabel 4.3 Nama Produk.....	58
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.5 Jenis Pendapatan Perbulan Responden	60
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen (X1)	62
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2).....	62
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X3)	63
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	65
Tabel 4.12 Hasil uji multikolinearitas	66
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	67
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi linear berganda.....	67
Tabel 4.15 Tabel Uji Determinasi.....	69
Tabel 4.16 Tabel Uji F (Simultan)	71
Tabel 4.17 Nilai cut off dari rata-rata butir pernyataan kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 4.18 Nilai cut off dari rata-rata butir pernyataan kuesioner Variabel Sikap Konsumen	78
Tabel 4.19 Nilai cut off dari rata-rata butir pernyataan kuesioner Variabel Persepsi Harga.....	80
Tabel 4.20 Nilai cut off dari rata-rata butir pernyataan kuesioner Variabel Persepsi Risiko	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	92
Lampiran 2 Karakteristik Responden	98
Lampiran 3 Data Responden	99
Lampiran 4 Data Variabel	103
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	115
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	117
Lampiran 7 Uji Normalitas	119
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas.....	119
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas	119
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	120
Lampiran 11 Hasil Uji Determinasi	120
Lampiran 12 Hasil Uji F (Simultan).....	120
Lampiran 13 Hasil Uji t (Parsial).....	120
Lampiran 14 r tabel	121
Lampiran 15 t tabel	127
Lampiran 16 F tabel	131