

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Rully Pratiwi, (2019): *Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau Menurut Ekonomi Syariah*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya hal yang mempengaruhi konsumen dalam membeli yakni variasi produk yang akan memberikan keleluasaan dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya. Maka timbul asumsi bahwa konsumen dalam melakukan pembelian produk wardah mempertimbangkan variasi produk yang menjadi pertimbangan oleh Mahasiswi dalam melakukan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau Menurut Ekonomi Syariah, dan untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam tentang pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau menurut Ekonomi Syariah.

Sampel dalam penelitian ini adalah 74 mahasiswi ekonomi syariah pengguna produk wardah dengan metode *proportional sampling*, pengumpulan data dengan melakukan observasi dan penyebaran angket kepada mahasiswi pengguna produk wardah. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode dekriptif dan kuantitatif. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan uji instrument penelitian, uji model penelitian dan uji hipotesis penelitian.

Dari hasil penelitian berdasarkan uji regresi linear sederhana yaitu $Y = 0,398 + 1,465X$ yang berarti: nilai konstanta (a) adalah 0,398 artinya jika variabel variasi produk sama dengan nol, maka keputusan pembelian bernilai positif diperoleh sebesar 0,398. Nilai koefisien regresi variabel variasi produk sebesar 1,465, artinya apabila terjadi kenaikan variasi produk sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 1,465 satuan. Berdasarkan uji t diketahui nilai sebesar nilai t_{hitung} sebesar (12.019) > t_{tabel} (1,99346) dan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, diketahui bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Sedangkan nilai koefisien determinasi model adalah 0,667, hal ini berarti 67,7% perubahan nilai variabel Y (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel X (variasi produk). Selebihnya 32,3% perubahan nilai variabel Y (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,817 artinya korelasi antara variasi produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan sangat kuat. Menurut tinjauan ekonomi islam, keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan syarif Kasim Riau sesuai dengan syariat dan prinsip konsumsi dalam islam dari praktek yang dijalankan tidak ada indikasi yang bertentangan dengan Syariat Islam, baik dari prinsip membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubaziran dan kesederhanaan.

Kata Kunci: *Variasi Produk dan Keputusan Pembelian*