



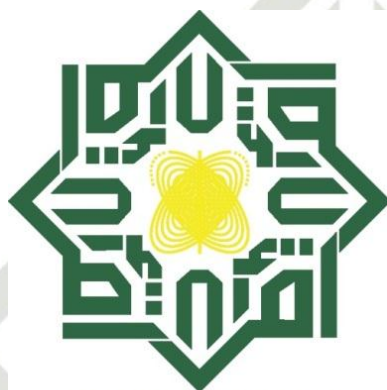
UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH
DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU**

© Hascipta milik UIN Suska

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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.



UIN SUSKA RIAU

OLEH

SHELI YANI

NIM. 11910623682

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1445 H/2024 M



UIN SUSKA RIAU

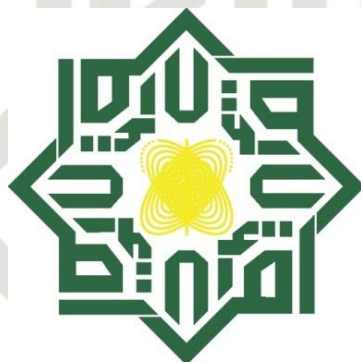
**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH
DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU**

Skripsi

Diajukan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pendidikan

(S.Pd.)



UIN SUSKA RIAU

Oleh

SHELI YANI

NIM. 11910623682

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1445 H/2024 M

© HaCipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

HaCipta 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.

- 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.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah & Keguruan UIN Suska Riau* yang ditulis oleh Sheli Yani NIM. 11910623682 dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Jumadil Awal 1445 H
04 Desember 2023 M

Menyetujui,

Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi

Ansharullah, S.P., M.Ec.
NIP. 19790707 200801 1 017

Pembimbing

Nashah S. Pd, M.Pd.E
NIK. 130 117 009

- 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN SUSKA Riau*, yang ditulis oleh Sheli Yani dengan NIM. 11910623682 yang telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 15 Desember 2023. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada jurusan Pendidikan Ekonomi.

Pekanbaru, 2 Jumadil Akhir 1445 H
15 Desember 2023 M


Mengesahkan
Sidang Munaqasyah

Penguji I



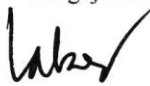
Ansharullah, SP., M.Ec.

Penguji II



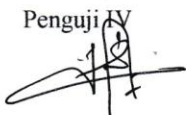
Salmah, M.Pd.E.

Penguji III



M. Iqbal Lubis, M.Si,Ak.


Penguji IV



Mahdar Ernita, M.Ed.

Dekan
Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan




Dr. H. Kadar, M.Ag.
NIP. 19650521 199402 1 001

- 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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sheli Yani
NIM : 11910623682
Tempat/Tgl Lahir : Tembilahan, 21 Juli 2000
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah & Keguruan Uin Suska Riau

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 04 Desember 2023
Yang membuat pernyataan



SHELI YANI
NIM. 11910623682



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. Berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penulis dengan judul **“Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah & Keguruan Uin Suska Riau”**. Skripsi ini adalah hasil karya ilmiah yang penulis tulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar serjana pendidikan (S.Pd.) pada Program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga ilmu yang penulis peroleh dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain. Sehingga dapat dipersembahkan kepada pembaca yang budiman dan cinta akan ilmu pengetahuan, serta mendapatkan keberkahan dan dapat mengamalkan. Aminn amin ya robbal alamin.

Sholawat dan salam penulis ucapkan untuk mahaguru suri tauladan baginda kita nabi Muhammad SWA dengan ucapan Allahumma sholli'ala Muhammad wa'ala ali Muhammad yang telah mengeluarkan manusia dari kegelapan kebodohan kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini. Semoga kita semua mendapat syafaatnya di dikemudian hari.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan moril dan materil dari berbagai pihak, baik dari lingkungan keluarga, lingkungan sahabat, masyarakat, kawan-kawan, universitas, fakultas dan program studi. Oleh karena itu, yang paling pertama penulis sampaikan dengan sepenuh hati dan ucapan terimakasih kepada keluarga besar, yang penulis cintai, sayangi, hormati yaitu Ayahanda Riduan dan Ibunda Linda. Semoga Allah senantiasa selalu merahmati keduanya. Selanjutnya ucapan terimakasih untuk adik atas semangat, dukungan, cinta, dan sayang yang selalu diberikan sejauh ini. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan dengan penuh hormat ucapata terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau memuat/mencantumkan/mengutip/menggunakan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- 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.

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., selaku Wakil Rektor II, Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt. M. Sc., Ph.D, selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Dr. H. Kadar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. H. Zarkasih, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Ibuk Dr. Zubaidah Amir MZ, S.Pd, M.Pd. selaku Wakil Dekan II. Ibuk Dr. Amirah Diniaty, M.Pd, Kons. selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ansharullah, SP. M.Ec. selaku Ketua jurusan Pendidikan Ekonomi, Ibu Yulia Novita, S. Pd.I, M.Par. selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau sekaligus selaku penguji I pada saat ujian Munaqasyah.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Naskah, S.Pd. M.Pd.E., yang berkenan memberikan waktu, tenaga, dan kesabaran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini. Begitu banyak ilmu baru yang penulis dapatkan dari Beliau, semoga Allah membalas semua kebaikan Bapak, dan semoga ilmu yang telah Bapak berikan kepada penulis, dapat bermanfaat baik di dunia maupun diakhirat.
5. Bapak Ansharullah, SP., M.Ec. selaku penguji I , Ibu Salmiah, M.Pd.E. selaku penguji II, Bapak M.Iqbal Lubis, M.Si., Ak selaku penguji III, . Dan Ibu Mahdar Ernita, S.Pd., M.Ed. selaku penguji IV. yang berkenan memberikan arahan dan perbaikan dalam melengkapi penulisan skripsi ini.
6. Untuk keluargaku terimakasih terutama untuk ayah dan ibunda tercinta, dan untuk adik tercinta yang telah banyak memberikan dukungan serta motivasi agar tetap terus semangat dalam menyelesaikan kuliah saya.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Tarbiyah dan Keguruan khususnya di Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu

- 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.

pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Keluarga besar Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 yang selalu memberikan motivasi dalam suka dan duka, yang telah memberikan kenangan selama perkuliahan, semoga kita semua sukses selalu..

Keluarga besar KKN Simpang Beringin , dan PPL SMAN 10 Pekanbaru yang telah memberikan bimbingan dan pengalaman yang luar biasa Terima kasih kepada keluarga besar pendidikan Ekonomi dan Almamaterku Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Sahabat-sahabatku Maghfira Nurzaumi anli, Twinda Rizki Adha S.Pd, Muhammed Mahyuddin S.Pd, Aldiannur Saputra S.Pd, Muhammad Raihan, Wina Sulastri, Friska Alifia, S.Sos dan Fitri Khairunisa yang selalu membantu, memberi dukungan, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Tidak terlepas kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah Subhanahuwata'ala Meridhoi dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi kita semua serta menjadi amal saleh di sisi Allah SWT. Aaamiiin..

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 4 Desember 2023

Penulis

SHELI YANI
NIM. 11910623682

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang utama dari segalanya....

Tak ada kata pertama yang bisa ku ucapkan selain "Alhamdulillah"

Atas segala rahmat, karunia Mu ya Allah

Yang telah memberikan kekuatan membekaliku dengan ilmu

Serta memberikanku jalan dalam penulisan skripsi sederhana ini

Kupersembahkan karya sederhana ini

Kepada orang yang sangat kukasihi dan ku sayangi

Ibunda dan Ayahanda tercinta....

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih

Yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini

Kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan

Kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga

Kau selalu ada melantunkan seuntai nada untukku

Agar aku mampu lukis seuntai senyum

Tersenyum saat beranjak hari yang lalu

Tuk menuju hari yang baru

Terimakasih Ayahanda dan Ibunda

Tak ada kata yang bisa mewakili rasa terima kasihku

Kecuali berbakti dan mengabdikan kepadamu

Terima kasih untuk Adikku Muhammad Malik

Untuk adiku tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama

Walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna

Yang tak akan bisa tergantikan, maaf belum bisa menjadikan panutan seutuhnya

Tapi aku akan selalu menjadi terbaik untuk kalian semua

Terima kasih Dosen-dosenku yang ada di Prodi Pendidikan Ekonomi

Serta Dosen Pembimbingku Bapak (Naskah S.Pd. M.Pd.E)

Yang telah membantu saya dalam menyelesaikan dan memberikan solusi

Serta dukungan selama ini

Terima kasih untuk semua teman-teman baik dan terbaikku

Teman-teman seperjuangan dan semua teman-teman se-angkatan

Di Prodi Pendidikan Ekonomi Uin Sultan Syarif Kasim Riau

Dan terima kasih untuk semua yang penuh mengenalku yang dekat maupun yang jauh

Dua tanganku menyusun 10 jari tertangkup rapat

Ucapan terima kasih untuk semua pesan kesan dan kenangan

- 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.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, 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

Yahli Yani (2023): Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah & Keguruan Uin Suska Riau.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah sampling acak dengan jumlah sampel sebanyak 73 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan *google form* untuk mengumpulkan datanya. Pengaruh variabel x dan y diukur dengan skala likert 1-5. Hasil perhitungan diperoleh koefesien determinasi 0,329. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok referensi terhadap keputusan pembelian mampu menjelaskan sebesar 32,9%. Hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,574 > 0,2303$) dari nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *skincare* mahasiswa pendidikan ekonomi (2021).

Kata Kunci: Kelompok Referensi, Keputusan Pembelian, Mahasiswa, Scarlett

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hasil penelitian, termasuk membuat terjemahan dan penyuntingan, yang diterbitkan dengan izin penerbit, tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumber:
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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.

ABSTRACT

Yani, (2023): The Influence of Reference Group toward Skincare Purchasing Decisions of Economics Education Study Program Students at Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

This research aimed at finding out the influence of reference group toward Scarlett skincare purchasing decisions. It was quantitative research. Total sampling technique was used in this research, and the samples were 73 students. The data were collected with Google Form. The influence of X and Y variables was measured with Likert scales 1-5. The calculation result of determination coefficient was 0.329. It showed that reference group toward purchasing decisions could explain 32.9%. The result of t-test showed that the score of $t_{observed}$ was higher than t_{table} ($0.574 > 0.2303$) and the score of sig. was lower than 0.05 ($0.000 < 0.05$). Because the score of $t_{observed}$ was higher than t_{table} , H_a was accepted and H_0 was rejected. Based on the research findings, it could be identified that there was a significant influence of reference group toward skincare purchasing decisions of Economics education students of 2021.

Keywords: *Reference Group, Purchasing Decisions, University Student, Scarlett*

ملخص

- Hak Cipta dan Merek Dagang UIN Suska Riau
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.

شيلي ياني، (٢٠٢٣): تأثير المجموعات المرجعية على قرارات شراء مستحضرات العناية بالبشرة لطلاب قسم التعليم الاقتصادي بكلية التربية والتعليم لجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية

رياو

يهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير المجموعات المرجعية على قرارات شراء مستحضرات العناية بالبشرة. يستخدم هذا البحث نوع البحث الكمي. وكانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ العينات الإجمالية بحجم عينة يبلغ ٧٣ شخصًا. تم جمع البيانات باستخدام جوجل فورم لجمع البيانات. يتم قياس تأثير المتغير المستقل والتابع باستخدام مقياس ليكرت ١-٥. وحصلت نتائج الحساب على معامل تحديد قدره ٠.٣٢٩. وهذا يدل على أن المجموعات المرجعية على قرارات الشراء قادرة على تفسير ٣٢.٩%. حصلت نتائج اختبار ت على قيمة حساب ت < جدول ت (٠.٥٧٤ < ٠.٢٣٠٣) من قيمة الأهمية > ٠.٠٥ (٠.٠٠٠ > ٠.٠٥)، بسبب قيمة حساب ت < جدول ت، تم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية المبدئية. بناءً على نتائج البحث الذي تم إجراؤه، من المعروف أن هناك تأثيرًا كبيرًا على المجموعات المرجعية على قرارات شراء مستحضرات العناية بالبشرة لطلاب قسم التعليم الاقتصادي في عام ٢٠٢١.

الكلمات الأساسية: المجموعات المرجعية، قرار الشراء، الطلاب، سكارليت



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kerangka Teori.....	9
B. Penelitian Relevan	36
C. Konsep Operasional	43
D. Asumsi dan Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Subjek dan Objek Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel	49
E. Variabel Penelitian	50
F. Teknik Pengumpulan Data	50
G. Uji Instrumen Penelitian	51
H. Teknik Analisis Data	54

© Paccitam Tikulj Sssa Rraa
 © Satisim Umve Site of Sudarbya if Kam Riau

Halaman ini adalah hak cipta UIN Suska Riau. Tidak diperbolehkan untuk menyalin atau mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menyalin atau mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.
 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.



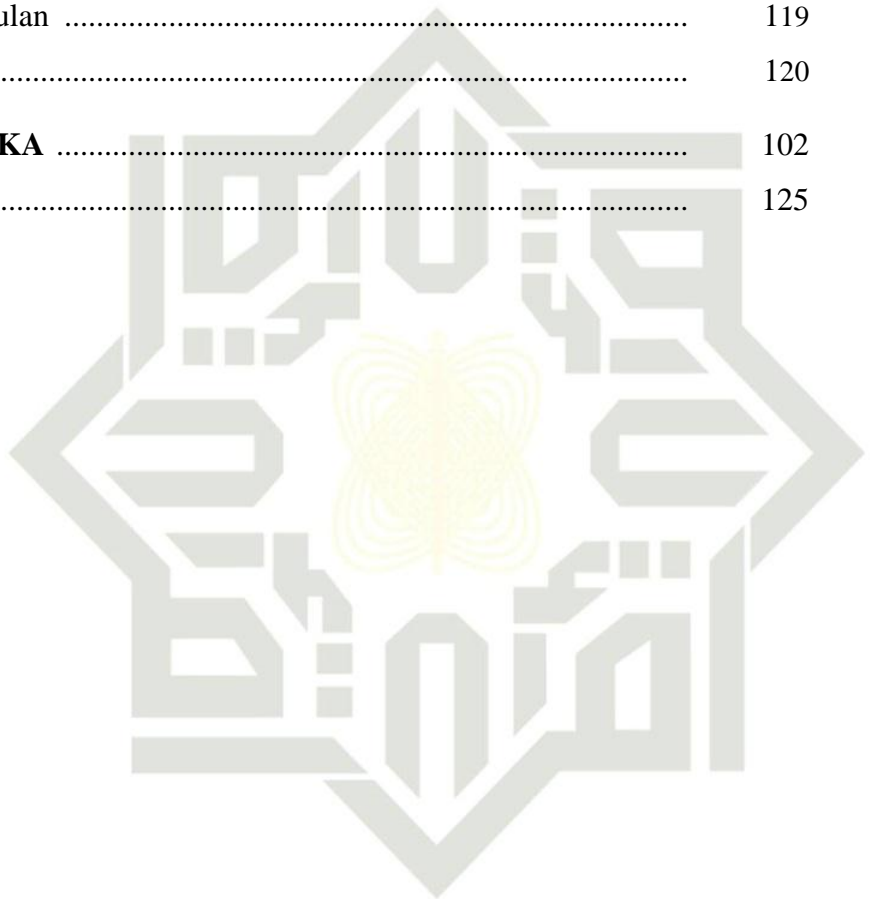
UIN SUSKA RIAU

BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN	59
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	59
B. Penyajian Data Penelitian	66
C. Analisis Data	97
D. Pembahasan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	125

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa 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.

Optimalkin Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperjualbelikan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan data dan menyebarkan sumber.
 - a. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengujiannya 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.

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi (X)	52
Tabel III.2	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel III.3	ReliabilitaS	54
Tabel III.4	Reliabilitas Kelompok Referensi (X)	54
Tabel III.5	Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel IV.1	Kepemimpinan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN SUSKA RIAU	62
Tabel IV.2	Nama Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi UIN SUSKA RIAU	65
Tabel IV.3	Jumlah Mahasiswa Aktif Prodi Studi Pendidikan Ekonomi UIN SUSKA RIAU	66
Tabel IV.4	Teman Saya Memberikan Informasi Mendetail Tentang Jenis Produk Skincare	67
Tabel IV.5	Teman Saya Memberikan Informasi Tentang Manfaat Produk Skincare	67
Tabel IV.6	Teman Saya Memberikan Informasi Detail Tentang Keunggulan Skincare Tersebut	68
Tabel IV.7	Teman Saya Memberikan Informasi Bagaimana Cara Menggunakan Produk Tersebut	69
Tabel IV.8	Teman Saya Memberikan Informasi Mengenai Produk Skincare Adalah Orang Yang Bisa Dipercaya	69
Tabel IV.9	Informasi Dari Teman Saya Bisa Dipercaya	70
Tabel IV.10	Teman Saya Memberikan Informasi Detail Manfaat Skincare Tersebut	71
Tabel IV.11	Saya Tertarik Menggunakan Produk Skincare Setelah Mendengar Informasi Dari Teman	71
Tabel IV.12	Menurut Saya Pengalaman Dari Teman Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Skincare	72
Tabel IV.13	Pengalaman Dari Teman Saya Membuat Saya Untuk Menggunakan Skincare	73
Tabel IV.14	Saya Tertarik Menggunakan Skincare Ketika Melihat Penampilan Teman Saya Yang Berubah Ketika Menggunakan Skincare	73



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.

Tabel IV.15	Teman Saya Sering Berbagi Pengalaman Hingga Ajakan Untuk Menggunakan Produk Skincare	74
Tabel IV.16	Teman Saya Sering Memberikan Usulan Kepada Saya Mengenai Penggunaan Produk Skincare	75
Tabel IV.17	Teman Saya Sering Meminta Saya Untuk Menggunakan Skincare	75
Tabel IV.18	Teman Saya Sering Merekomendasikan Skincare Yang Cocok Bagi Wajah Saya	76
Tabel IV.19	Saya Tertarik Untuk Mengikuti Atau Meniru Teman Dalam Menggunakan Produk Skincare	77
Tabel IV.20	Saya Membeli Produk Skincare Setelah Melihat Penampilan Teman Pada Saat Menggunakan Produk Tersebut	77
Tabel IV.21	Saya Tertarik Menggunakan Skincare Karena Ajakan Dari Teman Saya Yang Setelah Menggunakan Skincare Wajahnya Lebih Sehat	78
Tabel IV.22	Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Kelompok Referensi..	79
Tabel IV.23	Dalam Sebulan Saya Hanya Sekali Berbelanja Produk Skincare	81
Tabel IV.24	Dalam Sebulan Saya Dapat Berbelanja Skincare Lebih Dari Dua Kali	81
Tabel IV.25	Saya Bisa Berbelanja Skincare Dalam Sebulan Berkali-Kali Ketika Skincare Tersebut Mengadakan Promosi 50%	82
Tabel IV.26	Saya Berbelanja Skincare Pada Hari Libur	83
Tabel IV.27	Saya Berbelanja Skincare Pada Saat Diskon Atau Casback	83
Tabel IV.28	Saya Hanya Membeli Satu Produk Skincare Ketika Berbelanja	84
Tabel IV.29	Sayahanya Membeli Dua Produk Skincare Yang Sama Untuk Cadangan Ketika Berbelanja	85
Tabel IV.30	Saya Akan Membeli Berbagai-Macam Produk Skincare Sesuai Kebutuhan Saya	85
Tabel IV.31	Saya Hanya Membeli 1 Atau 2 Paket Produk Skincare Yang Saya Gunakan	87
Tabel IV.32	Saya Memutuskan Ketika Berbelanja Skincare Menggunakan Metode Pembayaran Cashtunai	87



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel IV.33	Saya Ketika Berbelanja Skincare Menggunakan Pembayaran Qris	88
Tabel IV.34	Saya Ketika Berbelanja Skincare Terkadang Menggunakan Pembayaran Non Tunai Yaitu Sistem Dana	89
Tabel IV.35	Saya Ketika Berbelanja Skincare Terkadang Lebih Suka Menggunakan Sistem Pembayaran Online Yaitu Shopepay	89
Tabel IV.36	Saya Ketika Berbelanja Skincare Hampir Sering Menggunakan Sistem Pembayaran Debit	90
Tabel IV.37	Rekapitulasi Hasil Angket Keputusan Pembelian	91
Tabel IV.38	Analisis Deskriptif	91
Tabel IV.39	Uji Normalitas.....	92
Tabel IV.40	Uji Linieritas	93
Tabel IV.41	Uji Regresi Linier Sederhana	92
Tabel IV.42	Hasil Korelasi <i>Product Moment</i>	94
Tabel IV.43	Hasil Koefisien Determinasi	95
Tabel IV.44	ANalisis Deskriptif	97
Tabel IV.45	Uji Normalitas	99
Tabel IV.46	Uji Linieritas	100
Tabel IV.47	Uji Regresi Linier Sederhana	101
Tabel IV.48	Hasil Korelasi <i>Product Moment</i>	102
Tabel IV.49	Hasil Koefisien Determinasi	104

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian	125
Lampiran 2	Data Mentah Uji Coba Angket Variabel X (Kelompok Referensi)	130
Lampiran 3	Data Mentah Angket Variabel X (Kelompok Referensi) ..	134
Lampiran 4	Uji Validitas (Angket Uji Coba) Variabel X (Kelompok Referensi).....	138
Lampiran 5	Reliabilitas Kelompok Refrensi (X)	144
Lampiran 6	Uji Validitas Kelompok Reerensi (X)	145
Lampiran 7	Reliabilitas Kelompok Referensi (X)	152
Lampiran 8	Perubahan Data Ordinal Ke Interval Variabel X Dan Y ...	153
Lampiran 9	Output SPSS Hasil Uji Analisis Deskriptif Kuantitatif	157
Lampiran 10	Data Angket Kelompok Referensi (X)	159
Lampiran 11	Respon Mahasiswa	165
Lampiran 11	Permohonan Pwngesahan Judul Skripsi	184
Lampiran 12	Surat Permohonan Sk Pembimbing Skripsi	185
Lampiran 13	Surat Pembimbing Skripsi	186
Lampiran 14	Surat pembimbing skripsi (Perpanjang)	187
Lampiran 15	Surat Keterangan Balasan Pra Riset	188
Lampiran 16	Surat Izin Melakukan Riset Dari Fakultas	189
Lampiran 17	Surat Rekomendasi	190
Lampiran 18	Surat Pengesahan Perbaikan Ujian Proposal	191
Lampiran 19	Blangko Kegiatan Bimbingan Skripsi	192
Lampiran 20	Surat Keterangan Uji Bebas Turnitin	193
Lampiran 21	Dokumentasi <i>Gogle Form</i>	194

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dan ekonomi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang penggunaan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Semua kebutuhan ini digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, namun tidak semua kebutuhan manusia dapat dipenuhi. Hal ini terjadi karena sifat manusia yang tidak pernah puas akan segala sesuatu yang dimilikinya, dan sumber daya yang ada tidak cukup untuk memenuhi semua kebutuhan manusia tersebut.

Kelompok acuan memberikan pengaruh kuat terhadap pilihan produk maupun merek individu, hal ini dapat terjadi secara langsung ataupun tidak. Hal ini menunjukkan bahwa bagian yang tidak kalah penting adalah circle pertemanan, baik pada lingkungan kerja, pendidikan, komunitas, dsb. Circle pertemanan dapat berdampak pada individu baik dari cara pandang, selera, perubahan tingkah laku, dsb.¹

Secara tidak langsung dengan adanya kelompok acuan ini individu juga dapat mendapat pertimbangan atas pengambilan keputusan. Kebutuhan masyarakat terhadap skincare meningkat. Kulit wajah yang cantik serta sehat merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam membantu menunjang penampilan. Penggunaan produk skincare salah satu upaya agar dapat

¹ Bela Febriana Nur Pratiwi dkk, *Pengaruh Gaya hidup dan kelompok terhadap keputusan pembelian* (Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol.9 No.3 Tahun 2021), hal.1502



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Pak Iptam mik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Saifudin Hassan Riau

menjaga, merawat dan mempertahankan kondisi kulit wajah yang sehat terutama agar terhindar dari permasalahan permasalahan kulit wajah seperti kulit kusam, kulit berminyak dan berjerawat. Bukan hanya itu saja setiap wanita melakukan perawatan kulit wajah itu merupakan bentuk apresiasi kepedulian serta untuk menghargai diri sendiri dan orang lain.

Dan dengan adanya standar kecantikan di masyarakat seluruh wanita berusaha untuk memiliki kulit wajah yang sehat bersih dan cerah.² Scarlett Whitening merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang kecantikan khususnya dalam bidang perawatan kulit (skincare), Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha dari Scarlett Whitening ini pastinya menghadapi persaingan yang terjadi di lingkungan usaha dimana banyak usaha sejenis pun yang hadir sehingga mengakibatkan masyarakat yang juga sebagai konsumen memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian terhadap produk skincare.³

Menurut sangadji dkk, Pada tahapan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama yang terdapat diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk seperti citra merek dan kesadaran akan merek. citra merek dapat positif maupun negatif, tergantung pada persepsi seseorang terhadap merek.⁴

Devi Apriliani, *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlett Whitening*, (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol.6, No.2, Juni 2023), hal.1991

Novel Apriyani Montolalu dkk, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital*, (Vol.2 No.4, 2021), hal.272-273

Nel Ariyanti, *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol.4, No.1, Medan 2021), hal.40



- 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.

Peningkatan skincare saat ini membuat perusahaan-perusahaan meluncurkan berbagai macam merek skincare, sehingga bisa di perjual belikan dimana saja dan bahkan melalui sosial media. Banyak dari konsumen dibuat bingung dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk yang cocok dengan mereka, dan banyak produk-produk tiruan yang beredar secara jelas oleh mata terlihat sama dengan produk asli akan tetapi bahan yang digunakan produk tersebut berbeda, sehingga konsumen bingung dan ragu dalam memilih produk yang asli dan akan mereka konsumsi⁵.

Jika suatu orang sadar dan tahu akan suatu merek pastinya orang tersebut akan menjadi tertarik dan memiliki niat untuk mencoba membeli suatu merek tersebut, berbeda halnya dengan orang yang tidak mengetahui akan merek tersebut pastinya orang akan menjadi ragu dan mungkin tidak mau untuk membeli produk dari merek tersebut.

Konsumen yang masih bingung memutuskan produk yang akan dibeli hendaknya mencari informasi terlebih dahulu terhadap suatu produk kepada orang-orang yang menjadi referensinya, dan mempunyai pengalaman untuk memudahkan pengambilan keputusan pembelian sehingga konsumen terhindar dari kekecewaan setelah membeli.

Maka kelompok refensi berfungsi sebagai rujukan konsumen dalam memilih produk dan sebagai bahan pertimbangan yang membentuk sifat umum dan khusus dalam pengambilan keputusan membeli. Kelompok refensi berasal dari keluarga, teman dan kelompok sosial lainnya.⁶

⁵*Ibid*, hal.42

⁶Ahmad Marzuki, *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc*, (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia, Vol.2, No.2, Yogyakarta 2022), hal. 580



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.

Berdasarkan observasi penulis, mahasiswa pendidikan ekonomi masih banyak yang merasa bingung akan keputusan pembelian suatu produk salah satunya adalah skincare. Adapun gejala-gejala yang terdapat yaitu :

1. Mahasiswa masih merasa bingung membeli skincare
2. Mahasiswa masih ragu untuk membedakan skincare yang asli atau palsu
3. Mahasiswa masih bingung dengan harga skincare yang bervariasi

Hasil observasi penulis mahasiswa pendidikan ekonomi sudah mengonsumsi skincare dengan berbagai macam produk yang berbeda-beda setiap individu. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk memberikan pemahaman tentang judul ini serta agar tidak terjadi kesalahan dan kekeliruan dalam menafsirkan pengertian atau makna dari judul penelitian ini, maka peneliti perlu menjelaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini :

1. Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan, Kelompok referensi adalah seorang atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku seseorang secara nyata dan digunakan sebagai perbandingan. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Solomon dalam Prasetijo dan Lhalauw,



- 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.

mengemukakan bahwa kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki pengaruh pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi atau dalam berperilaku. Sedangkan Menurut Kotler, menjelaskan bahwa kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.⁷

Menurut Sumarwan, kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh konsumen sebagai dasar perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Kotler & Keller, menjelaskan bahwa kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Kelompok referensi dapat menjadi pedoman bagi konsumen yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam memilih produk jasa, sehingga dengan adanya kelompok referensi konsumen mendapatkan gambaran dan nilai sebagai pedoman dalam melakukan pembelian. Tias, menjelaskan bahwa pengetahuan kelompok referensi mengenai produk, kredibilitas dari kelompok referensi, pengalaman dari kelompok

⁷Yoga Famei Akbarini, *Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan*, (Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.5, No.1, Surabaya 2017), hal.3



- 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.

referensi, keaktifan kelompok referensi serta daya tarik kelompok referensi menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan suatu produk atau jasa⁸

Dari penjelasan definisi tentang kelompok referensi dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dijadikan acuan dalam mempengaruhi perilaku seseorang serta memberikan standar dan nilai terhadap perilaku seseorang.

2. Keputusan Pembelian

Peter dan Oslon, berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk dan memilih satu diantaranya. Kotler dan Armstrong, menjelaskan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah membeli produk yang paling disukai.⁹

Menurut Assael dalam buku yenni arfah menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dan

Menurut Fandy Tjiantono dalam jurnal penelitian Pratiwi dkk,

⁸ Lalu Supardin, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel halal*, (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol.1, No.1, Januari 2022), hal.74

⁹ Hendri Apriyandani, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.50, No.2, Malang 2017), hal.183



- 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.

mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Dimana, Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mempengaruhi perilaku orang lain secara signifikan dan memberikan standar yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang memilih atau memberi keputusan.

Batasan Masalah

Peneliti membatasi permasalahan dengan memfokuskan penelitian pada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa angkatan 2021 Program studi Pendidikan Ekonomi FTK UIN Suska Riau.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa masalah yang dijadikan objek penelitian adalah apakah ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Suska Riau?

Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Penerbit PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal.4



E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Suska Riau.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi untuk mengetahui Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Suska Riau.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

Bagi Universitas, sebagai bahan masukan dalam melihat tingkat kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

Bagi mahasiswa, dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui pemahaman tentang kelompok referensi di lingkungannya sesuai dengan pengaplikasian pembelajaran selama kuliah.

- 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.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Konsep Teoritis

1. Kelompok Referensi

Pengertian Kelompok Referensi

Menurut Suryani, secara umum kelompok didefinisikan sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, sedangkan kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Menurut Peter dan Olson, kelompok adalah Individu mungkin terlibat dengan banyak tipe kelompok, Sedangkan dalam kelompok referensi melibatkan satu orang atau lebih yang digunakan sebagai alasan perbandingan atau acuan yang digunakan sebagai alasan perbandingan atau acuan dalam membentuk respon afektif dan respon kognitif serta melakukan perilaku. Pendapat yang hampir sama dinyatakan oleh Sumarwan, Kelompok referensi (reference group) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.¹¹

Menurut Sumarwan, Kelompok referensi adalah seorang atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku seseorang secara nyata dan digunakan sebagai perbandingan . Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Hendri Apriyandani dkk, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.50, No.2, Tahun 2017), hal.182-183



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut Solomon dalam Prasetijo dan Lhalauw, mengemukakan bahwa kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki pengaruh pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi atau dalam berperilaku. Menurut Kotler dan Keller, kelompok referensi (*reference group*) adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku”.¹²

Faktor umum diantara semua jenis kelompok acuan adalah mereka digunakan oleh para anggota sebagai titik acuan untuk mengevaluasi kebenaran tindakan mereka, kepercayaan dan sikap.

Kelompok referensi (*reference group*) seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Kelompok primer (tidak resmi) seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Masyarakat juga menjadi kelompok sekunder (*secondary group*), seperti agama, profesional.¹³

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi merupakan individu atau sekelompok orang yang mempengaruhi secara langsung/tidak langsung yang berfungsi sebagai rujukan atau referensi seseorang dalam menentukan keputusan pembelian dan konsumsi serta dasar perbandingan dalam perilaku.

Yoga Famei Akbarini, *Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan*, (Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.5 No.1, Universitas negeri Surabaya 2017), hal.3

Philip Lotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga 2008), hal.170



- 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.

b. Pengaruh Kelompok Referensi

Menurut Sumarwan terdapat tiga macam pengaruh dari kelompok referensi, diantaranya :

1) Pengaruh Normative

Pengaruh normatif adalah pengaruh dari kelompok referensi terhadap seseorang melalui norma-norma sosial yang harus dipatuhi dan diikuti. Pengaruh normatif akan semakin kuat terhadap seseorang untuk mengikuti kelompok referensi jika ada tekanan kuat untuk mematuhi norma-norma yang ada, penerimaan sosial sebagai motivasi kuat, dan produk serta jasa yang dibeli akan terlihat sebagai simbol dari norma sosial.

2) Pengaruh ekspresi nilai

Kelompok referensi akan mempengaruhi seseorang melalui fungsinya sebagai pembawa ekspresi nilai. Seorang konsumen akan membeli kendaraan mewah dengan tujuan orang lain bisa memandang sebagai orang yang sukses atau kendaraan tersebut dapat meningkatkan citra dirinya. Konsumen tersebut merasa bahwa orang-orang memiliki kendaraan mewah akan dihargai dan dikagumi oleh orang lain. Konsumen memiliki pandangan bahwa orang lain menilai kesuksesan seseorang dicirikan oleh pemilikan kendaraan mewah, karena itu ia berusaha memiliki kendaraan tersebut agar bisa dipandang sebagai orang yang telah sukses.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Hasmim Riau

3) Pengaruh informasi

Kelompok referensi akan mempengaruhi pilihan produk atau merek dari seorang konsumen, karena kelompok referensi tersebut sangat dipercaya sarannya, karena memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih baik.¹⁴

© Jenis Kelompok Rujukan/Referensi dan Karakteristiknya

Ada lima jenis kelompok rujukan/referensi beserta karakteristiknya, yaitu:

1. Formal/informal: formal memiliki struktur yang jelas sedangkan informal tidak memiliki struktur yang jelas.
2. Primer/sekunder: primer menggunakan interaksi yang langsung tatap muka sedangkan sekunder tidak menggunakan interaksi yang langsung tatap muka.
3. Keanggotaan: seseorang menjadi anggota formal dari keanggotaan grup referensi.
4. Aspirational: seseorang bercita-cita bergabung atau menandingi grup referensi aspirational.
5. Dissociative: seseorang berupaya menghindari atau menolak grup referensi disosiatif.¹⁵

© Indikator Kelompok Referensi

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kelompok referensi merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al,

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi kedua (Ghalia Indonesia: Bogor, 2004), hal.252-253

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi 1 (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), hal.267

Bearden dan Etzel dalam jurnal Sarah Fitriani dkk yang menyatakan bahwa kelompok referensi memiliki lima indikator, antara lain:¹⁶

- a. Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk
Kelompok referensi yang memiliki pengetahuan dan informasi yang baik tentang produk dapat dijadikan referensi konsumen agar dapat menjadi pertimbangan pembeli dalam memilih produk.
- b. Kredibilitas dari kelompok referensi
Kelompok referensi yang memiliki pengaruh besar adalah kelompok referensi yang dapat dipercaya oleh konsumen. Tentu saja apabila perilaku kelompok referensi memiliki kredibilitas hal tersebut dapat mempengaruhi pilihan konsumen.
- c. Pengalaman dari kelompok referensi
Pengalaman-pengalaman yang diceritakan oleh kelompok referensi dapat menjadi pertimbangan konsumen memilih suatu produk ataupun jasa, pengalaman baik ataupun pengalaman buruk yang diceritakan oleh kelompok referensi sedikit atau banyak akan mempengaruhi keputusan konsumen.
- d. Keaktifan dari kelompok referensi
Performance suatu kelompok referensi dalam memberikan informasi suatu produk merupakan hal yang berpengaruh terhadap apa yang di persepsikan seseorang terhadap suatu produk.
- e. Daya tarik kelompok referensi
Keputusan pembelian biasanya juga di pengaruhi oleh ketertarikan mengikuti teman atau kelompok referensi tertentu.

Sarah Fitriani, dkk *Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian* (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.8 No 1 Juni 2020), hal.41





2. Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Nugoroho keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya.¹⁷

Menurut Kotler, Amstrong sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian konsumen biasanya melewati beberapa tahap sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli tahap-tahap tersebut diantaranya: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, perilaku pasca pembelian.¹⁸ Menurut S.p Siagan, pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif dan mengambil tindakan yang tepat.¹⁹

Berdasarkan defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dimana dalam setiap pembelian konsumen selalu mengkombinasikan sikap pengetahuan terhadap tahap-tahap yang akan dilewati dengan berbagai alternatif penyelesaian yang nyata sampai akhirnya dapat menentukan sikap dan mengambil tindakan yang tepat.

¹⁷ Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.415

¹⁸ Kotler dkk, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas Jilid 1, (Penerbit : Erlangga Tahun 2006), hal.179

¹⁹ http://www.academica.edu/8524389/analisis_pengambilan_keputusan, di akses pada 5

Juni 2017

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Qasim Riau

Suatu pembelian yang direncanakan adalah keputusan yang dilakukan konsumen dalam menjatuhkan pilihannya kepada suatu produk akibat dari perencanaan yang matang. Pembelian yang terencana dengan berbagai pertimbangan, bermaksud untuk menjatuhkan pilihan kepada produk yang sudah ada namun pemilihan merk ditunda sampai saat pembelajaran. Pembelian yang tidak direncanakan, adalah pemilihan terhadap jenis produk yang sebelumnya tidak direncanakan untuk dipilih sebelumnya setelah dipicu oleh rangsangan oleh usaha para pemasaran.

Peter dan Oslon berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk dan memilih satu diantaranya.²⁰ Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah membeli produk yang paling disukai.

Tahap-tahap dalam Pengambilan Keputusan

Tahap-tahap dalam pengambilan keputusan Kotler dan Lane, mengatakan bahwa konsumen melewati lima tahap proses pembelian yaitu, tahap pengenalan masalah, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian, dan tahap perilaku pasca pembelian. Tahapan dapat diuraikan sebagai berikut:

Hendri Apriyandani, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian*, Vol.50, N0.2, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Malang:2017, hal.183





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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mempunyai kebutuhan yang berasal dari rangsangan internal maupun eksternal. Kebutuhan internal terdiri dari rasa lapar, haus dan sebagainya, Kebutuhan ini juga dipicu dari rangsangan eksternal.

2. Pencarian Informasi

Pada saat konsumen telah merasakan adanya kebutuhan barang maupun jasa maka konsumen akan bergerak untuk mencari informasi tambahan. Sumber informasi tersebut terbagi menjadi empat kelompok, yaitu :

- a) Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, dan rekan.
- b) Sumber komersial meliputi iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, dan tampilan.
- c) Sumber public meliputi media massa, organisasi pemeringkat konsumen,
- d) Sumber eksperimental meliputi penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk.

Kelompok informasi ini memiliki fungsi yang berbeda-beda dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.²¹

3. Evaluasi alternatif

Pada proses keputusan pembelian ini konsumen memanfaatkan informasi sebagai alternatif dalam menentukan

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga 2008), hal.184-185

pilihan. Pada tahap ini konsumen akan lebih memperhatikan ciri-ciri yang berkaitan dengan kebutuhan mereka dan mencoba menyeleksi persepsinya sendiri dan beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi terhadap suatu image brand tersebut yang akan menimbulkan minat untuk membeli.

4. Keputusan pembelian`

Setelah konsumen melakukan tahap evaluasi, konsumen biasanya mengumpulkan preferensi antarmerek yang akan digunakan sebagai referensi sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan referensi yang telah dikumpulkan konsumen akan melakukan pembelian dengan memilih merek yang paling disukai. Dalam pembelian biasanya konsumen akan terpengaruh faktor sikap orang lain/situasional yang tidak diharapkan.

5. Perilaku pascapembelian

Setelah konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk maka selanjutnya konsumen akan memasuki tahap penilaian terhadap suatu barang/jasa berdasarkan pengalaman dalam memakainya. Bila produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan kecewa, tetapi bila produk yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas dan mungkin akan melakukan pembelian ulang.²²

²² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2006), hal.180-181





- 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.

c. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut :

1) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seperti sub budaya, dan kelas sosial. Sub-budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: Kelompok nasionalisme, Kelompok keagamaan, Kelompok ras, Kelompok area geografis.

Dan Kelas Sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kelompok referensi, keluarga, dan peran status. Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi umur dan tahapan dalam siklus

hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Faktor ini meliputi motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan atau sikap.²³

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller indikator-indikator keputusan pembelian produk adalah sebagai berikut:

1) Pilihan Produk

Merupakan Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan

2) Pilihan Merek

Merupakan Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3) Pilihan Penyaluran

Merupakan Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-

²³ Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.11-15



beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lainlain

4) Waktu Pembelian

Merupakan Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda- beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

5) Jumlah pembelian

Merupakan Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

6) Metode Pembelian.²⁴

Merupakan Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya oleh aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian

Dalam proses jual beli harus berdasarkan konsep islami. Karena Islam tidak hanya mengajarkan masalah ibadah ritual saja,

²⁴ Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Penerbit Erlangga 2008), hal. 178



akan tetapi islam juga mengajarkan bagaimana bermuamalah yang benar. Didalam alquran Allah swt menerangkan halalnya jual beli dan haramnya hibah.

Strategi berdagang yang digunakan nabi Muhammad berdasarkan suka sama suka. Sebagaimana tertuang dalam surat An-Nisa“ ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”*.²⁵

Dari ayat diatas diketahui bahwa dalam islam sudah diatur mengenai jual beli. Jual beli yang benar yaitu suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka sama suka antara kedua belah pihak dengan menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syariat Islam. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen.

Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan terjemahannya*, (Jakarta: CV asy-syifa, 1998),



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.

f. Macam – macam Produk Skincare

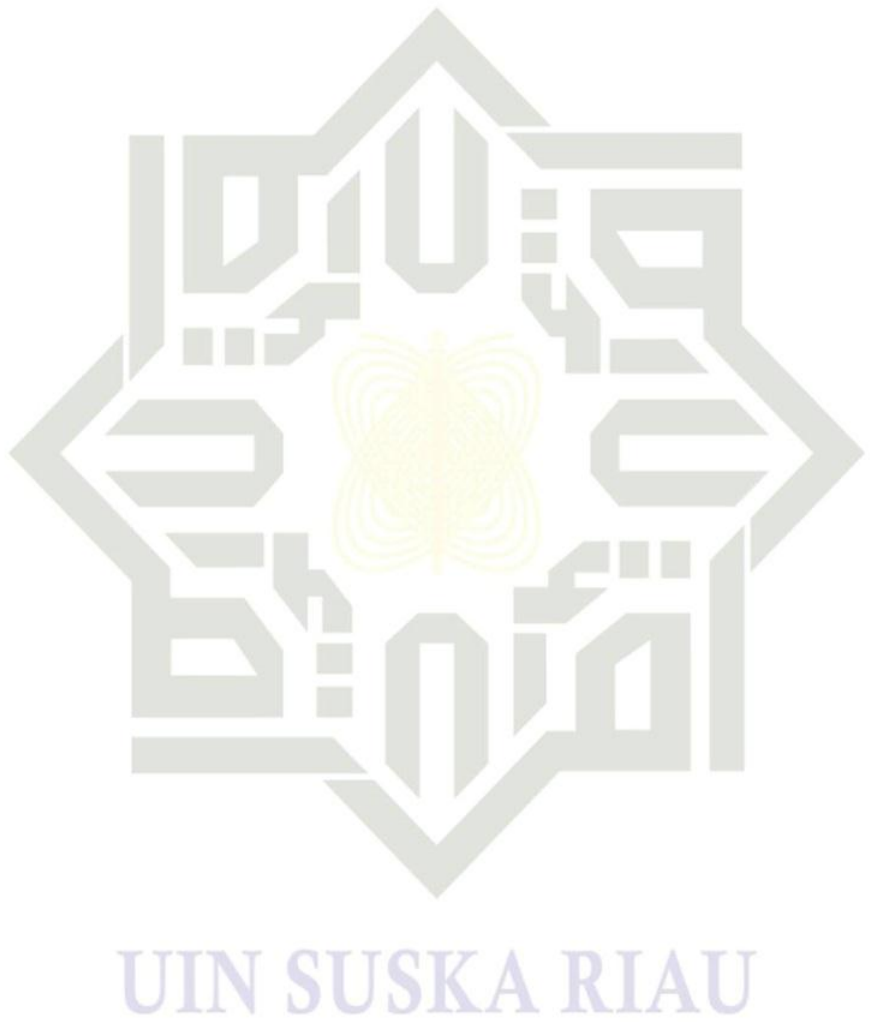
1. EMINA
2. Ms Glow
3. Scarlett Whitening
4. Azarine C White Series

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**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.

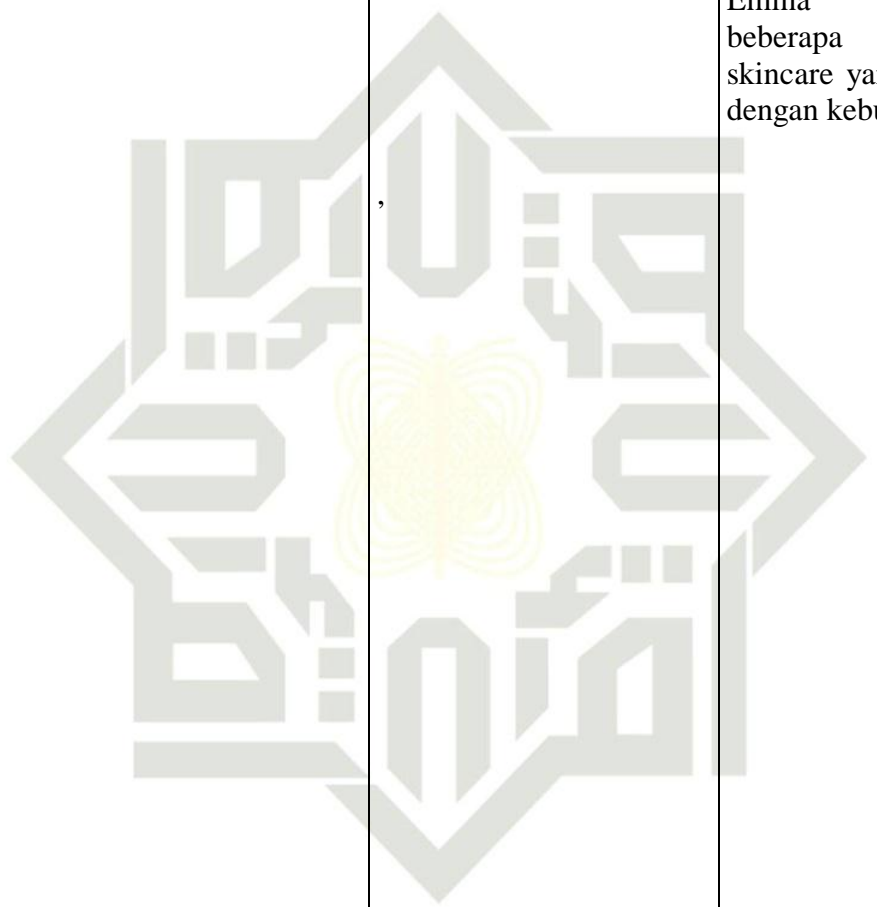


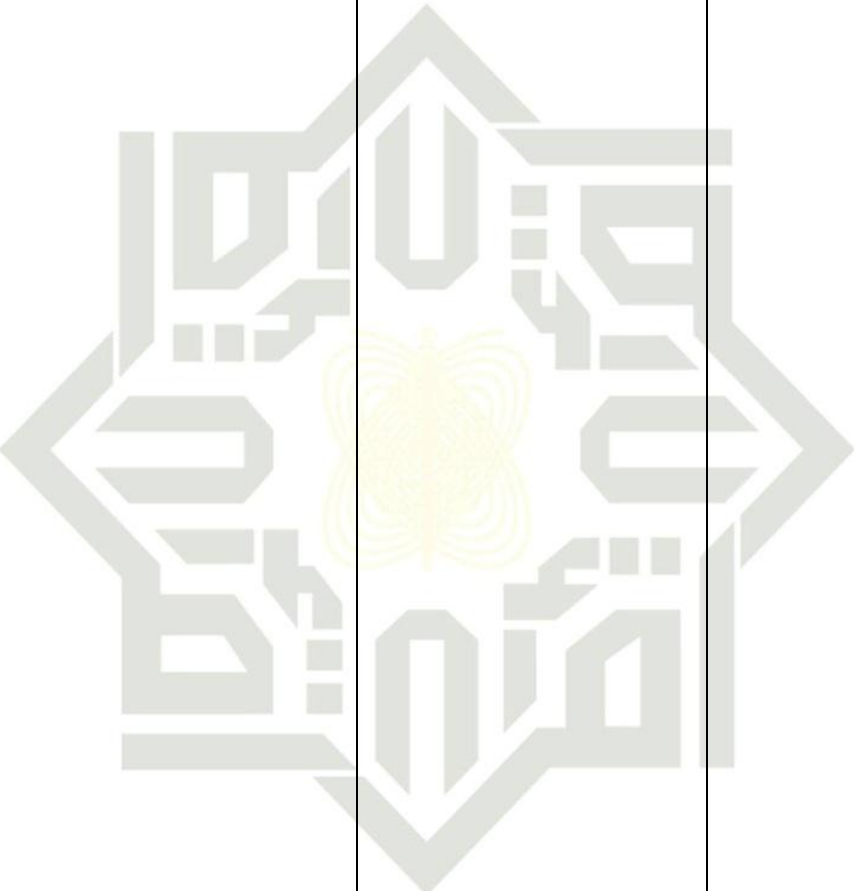
Jenis Produk Skincare	Sejarah	Visi-Misi	Macam/Jenis Produk	Penjelasan Mengenai Produk
EMINA	<p>Paragon Technology and Innovation adalah perusahaan kosmetik yang didirikan pada tahun 1988 oleh PT Pusaka Tradisi Indah dengan brand name mereka yakni Paragon dengan tagline "Saleh Best Choice". Di tahun 1995 perusahaan ini memperkenalkan merek kosmetik mereka dengan nama Wardah Kosmetik. Di tahun 1999 PT Pusaka Tradisi Indah melalui pabriknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari LIPOM MUI, dengan brand kosmetik</p>	<p>Visi perusahaan ini sendiri adalah menjadi perusahaan yang berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus-menerus dengan bersama-sama menjadikan hari ini lebih baik dari hari-hari sebelumnya melalui produk yang berkualitas serta memberikan manfaat bagi para pekerja perusahaan ini, mitra, masyarakat, serta lingkungan luas. Dan Misi perusahaan ini sendiri adalah mengembangkan setiap pegawai PT Paragon Technology and Innovation, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan berkesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa, dan mengembangkan bisnis.²⁷</p>	<p>Emina Sun Battle SPF 30 PA+++ , Emina Bright Stuff Moisturizing Cream, Emina Bright Stuff Face Serum, Emina Glossy Stain, Emina Bright Stuff Face Toner, Emina Creamy Tint, Emina Bright Stuff Face Wash, Emina Creamatte, Emina Sugar Rush Lip Scrub, dan Emina Masquerade Face Mask.²⁸</p>	<p>Agar Wajah Sehat dan Glowing, Ini Rekomendasi Skincare Series Emina untuk Kulit Remaja Emina punya Rahasia Untuk Wajah Sehat nan Glowing, yuk, intip Rekomendasi Skincare terbaik dari Emina yang cocok untuk Kulit Remaja Pemilihan skincare pun juga perlu disesuaikan dengan jenis dan kebutuhan kulitmu yang berbeda-beda. Misalnya saja untuk kulit normal, kamu bebas memakai jenis skincare apapun karena relatif tidak akan menimbulkan reaksi seperti jerawat atau kulit kasar. Sedangkan untuk pemilik kulit sensitif atau berjerawat, memilih skincare yang diperkaya dengan salicylic acid, aloe vera dan allantoin menjadi keputusan bijak karena dapat menenangkan kulit yang mudah meradang. Dan supaya bisa memenuhi</p>

²⁶ <https://www.eminacosmetics.com/agar-wajah-sehat-dan-glowing-ini-rekomendasi-skincare-series-emina-untuk-kulit-remaja>

²⁷ <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/5-produk-emina-yang-harus-kamu-punya/>

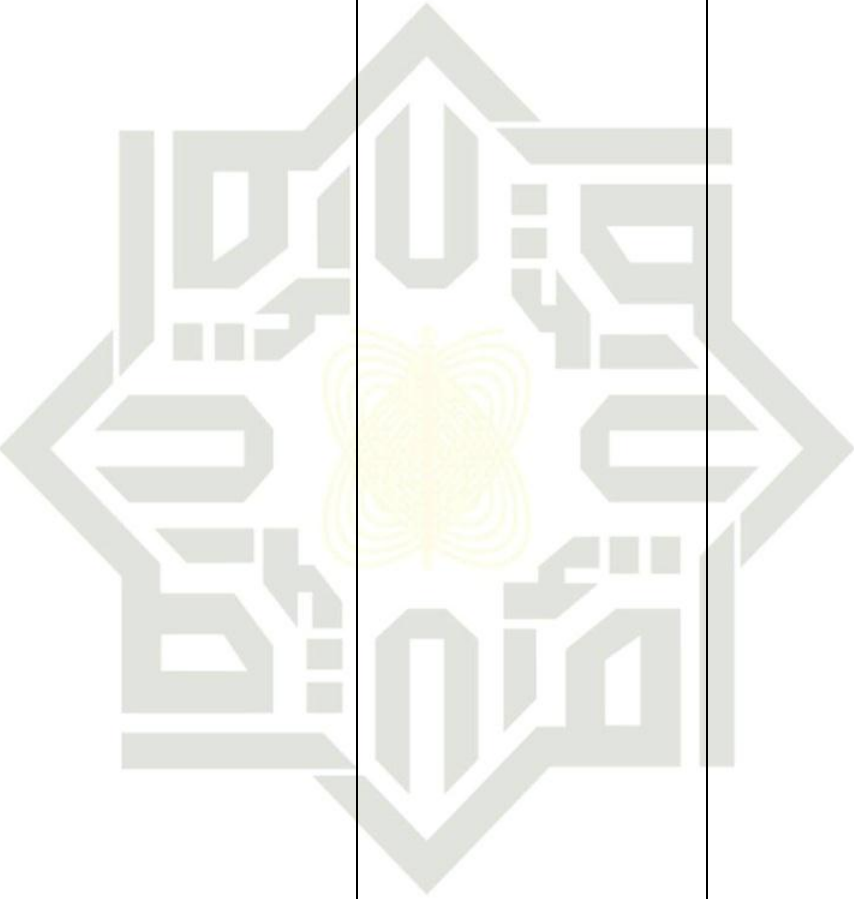
²⁸ <https://medium.com/@erniduh0/emina-413703cb5168>

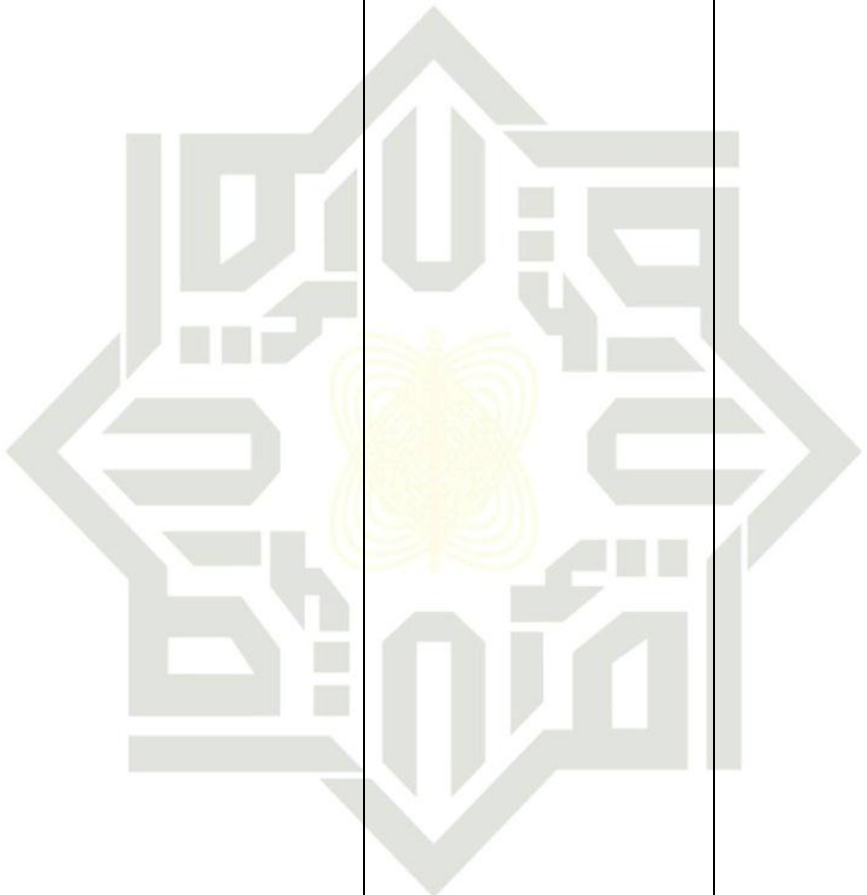
	<p>wardah sebagai pionir brand halal di Indonesia. Pada tahun 1998, pabrik ini pindah dari tempat sebelumnya di Cibadung ke kawasan Industri Jarak, Tangerang, dengan luas 5.500 meter. Di tahun 2010 perusahaan ini merilis brand kosmetik lainnya yaitu kosmetik makeover. Sering berjalannya waktu, di tahun 2011 perusahaan ini berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation yang sebelumnya bernama PT Pesaka Tradisi Ibb. Tiga berhenti di situ saja, PT Paragon Technology and Innovation kembali merilis brand kosmetik untuk anak</p>	 <p>UIN SUSKA RIAU</p>	<p>kebutuhan kulit yang berbeda, Emina mengembangkan beberapa rangkaian produk skincare yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhannya.</p>
--	--	---	---

	<p>muda atau kosmetik Emina pada tahun 2013. Emina merupakan brand kosmetik lokal yang baru diluncurkan di pasaran Indonesia pada tahun 2013 kemarin. Melalui tagline "born to be loved" Emina menunjukkan bahwa setiap wanita memiliki keunikan dan kecantikannya masing-masing. Tidak ada yang perlu ditutupi atau pun diperbaiki dari penampilan fisik seseorang. Emina hanya membantu menonjolkan kecantikan itu sendiri dengan makeup yang simple dan playful.</p>			
Ms Glow	<p>Ms Glow berdiri pada tahun 2013. MS Glow didirikan dua wanita</p>	<p>MS Glow lahir dari pemikiran dua founder yang mempunyai visi dan misi yang sama yaitu</p>	<p>Facial Wash, Toner glowing dan acne, Deep Treatment Essence,</p>	<p>Nama MS Glow dikatakan singkatan dari nama Shandy dan Maharani Kemala.</p>

	<p>Shandy dan Kemala. MS Glow singkatan dari nama Shandy dan Kemala.²⁹ MS Glow juga merupakan singkatan dari motto brand yaitu Magic For Skin. Nama ini menandung makna dan mencerminkan sebuah produk glowing terbaik di Indonesia. Dengan nama brand ini dia founder berharap MS Glow menjadi produk skincare yang menjadi solusi kulit semua kalangan MS Glow berdiri karena hobi kedua founder-nya yang selalu ingin terlihat cantik dan</p>	<p>memberikan kemudahan dalam hal perawatan kesehatan kulit dan mengangkat produk lokal untuk kosmetik dan perawatan kulit agar dapat bersaing di era globalisasi.</p>	<p>Whitening Day Cream , Night Cream, Flawless Glow Red Jelly, dan Radiance Gold</p>	<p>MS Glow juga merupakan singkatan dari motto brand yaitu Magic For Skin. Nama ini mengandung makna dan untuk mencerminkan sebuah produk glowing terbaik di Indonesia.</p>
--	---	--	--	---

²⁹ <https://ms-glow.store/blog/produk-ms-glow-53715>

	<p>sehat, sehingga brand ini menawarkan produk kosmetik dan perawatan tubuh. Berawal dari penjualan produk MS Glow yang incare dan body care secara online dan telah memperoleh kepopuleran dari jumlah customer. Brand kecantikan ini terus melakukan pengembangan produk sejak tahun 2015 hadir MS Glow Aesthetic Clinic yang saat ini sudah ada 13 cabang di kota-kota besar di Indonesia (Malang, Surabaya, Bali, Jakarta, Bandung, Sidoarjo, Bekasi, Makassar, Semarang, Medan Bogor dan Depok). Kini MS Glow telah berkembang menjadi</p>			
--	---	---	--	--



UIN SUSKA RIAU

skincare body care dan skin care yang memiliki Distributor, Agen, Member & Reseller resmi di seluruh Indonesia bahkan sudah merambah mancanegara. Berdiri selama 8 tahun sejak 2013 hingga saat ini, terdapat dalam data internal MS GLOW sudah 99.604 orang berjualan menjadi seller MS GLOW yang tersebar di 7 negara yaitu Indonesia, Malaysia, Jepang, Arab, Hongkong, Taiwan dan Singapura. MS Glow pun menyerap banyak tenaga kerja. MS Glow memiliki hingga 1.000 pegawai. Pada tahun 2020 MS GLOW meraih Best Brand Award dengan

	<p>Perawatan wajah eksklusif". Melalui bisnis ini secara konsisten telah membantu perekonomian serta meningkatkan value dan wanita - wanita Indonesia untuk dapat mandiri dan berprestasi sendiri.</p>			
Scarlett Whitening	<p>Awalnya, Felicya hanya meluncurkan produk Feli Skin yang merupakan brand masker wajah. Produk ini dikemas dalam bentuk paket. Usai produknya banyak diminati, para warganet bertanya kepada Felicya</p>	<p>Visi : Yakni menjadi perusahaan kecantikan yang mengedepankan perihal peduli akan merawat kulit diri sendiri. Ada juga misi dari produk ini, yakni: 1. Menjalin Kerjasama dengan sejumlah oknum yang menjalankan penelitian dan pengolahan bahan dasar kecantikan, alhasil produk yang</p>	<p>Body Care (Body lotion), Body scrub, Shower scrub, Face Care, Facial Cream, Facial Serum, Facial Essence Toner.³¹</p>	<p>Scarlett adalah salah satu brand asal Indonesia yang dirilis oleh Felicya Angelista. Terkenal dengan rangkaian produk brightening, produk Scarlett Whitening umumnya mengandung Glutathione, kandungan antioksidan yang diklaim dapat bantu mencerahkan kulit.</p>

³¹ <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT>

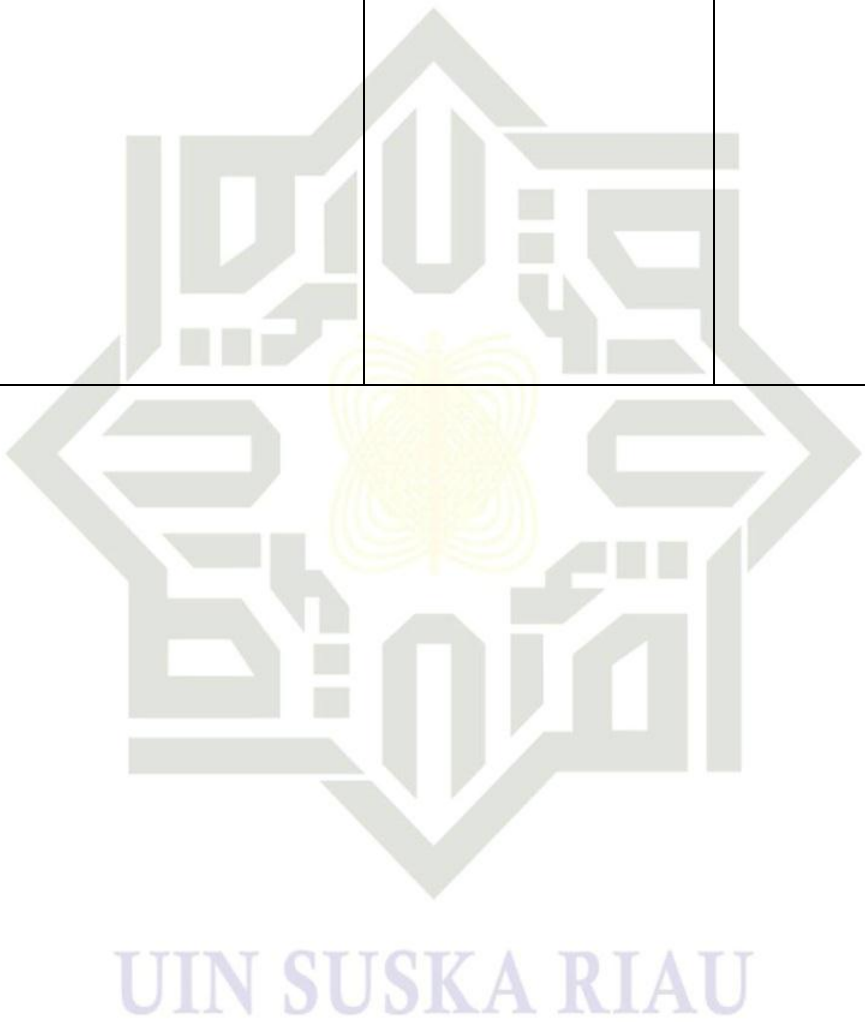
	<p>tentang rangkaian produk kecantikan kulit yang digunakannya. Atas dasar hal tersebut, Felicya melihat ini sebagai peluang bisnis yang menjanjikan dan akhirnya meluncurkan produk Scarlett Whitening. Produk yang dikeluarkannya tersebut telah terdaftar di BPOM dan aman digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk ibu hamil dan menyusui. Scarlett Whitening dipasarkan secara online melalui e-commerce. Harga penjualan untuk reseller yaitu Rp. 720 ribu untuk 12 botol, Rp. 1,44 juta untuk 24</p>	<p>diciptakannya memiliki kelebihan dalam berkompetisi.</p> <p>2. Mengadakan peroduk perawatan yang terjangkau untuk perempuan yang menginginkan kulit bersih dan sehat, dan memberikan maklumat terkat kecantikan yang pas.³⁰</p> <p>3. Produk yang Dihasilkan Hingga saat ini Scarlett Whitening memiliki tiga kategori produk yang dipasarkan disejumlah tempat.</p> <p>b. Misi Memberikan edukasi-edukasi tentang pentingnya mencintai diri sendiri, dan kesadaran akan pentingnya menggunakan body care dengan cara yang tepat. Berikut sejumlah tipe produk dari Scarlett Whitening</p>		
--	---	--	--	--

³⁰ <https://entrepreneurbisnis.com/read/20220427/263/1527944/profil-bisnis-scarlett-whitening-yang-didirikan-artis-felicya-angelista>

	<p>botol, dan Rp. 2,496 juta untuk 48 botol. Pada bulan Mei 2021, nilai transaksi yang dicapai oleh perusahaan ini sebanyak 36 ribu atau setara dengan nominal Rp. 2,6 miliar.</p> <p>Fenomena Scarlett Whitening yang didirikan oleh Felicya Anggrita telah mencuri perhatian khalayak umum di Indonesia. Oleh karena itu, tidak heran jika produk kecantikan menjadi produk yang paling banyak dicari dan laku keras di pasaran. (DLA)</p>			
Azarine C White Series	<p>Azarine berawal dari sebuah Spa tradisional yang menciptakan berbagai produk berkualitas dengan harga yang</p>	<p>Visi : Menjadi perusahaan kosmetik terbaik dan berkualitas di Indonesia serta membawa Azarine Kosmetik ke kancah Internasional sesuai dengan</p>	<p>Brightening Facial Cleanser, C-White Lightening Serum, Ultralight Hydraglow Day Cream, C White Night Moisturizer, C</p>	<p>Azarine Diformulasikan dengan gabungan bahan aktif, Azarine Tone Up Mineral Sunscreen Serum SPF50 PA++++ bisa sekaligus melembabkan serta membuat kulit tetap kenyal.</p>

<p>terjadi sehingga dipakai oleh semua kalangan. Tidak hanya memproduksi berbagai produk Spa tradisional, Azarine juga berupaya mengefektifkan pentingnya kecantikan bagi wanita di luar sana dengan adanya beauty clinic dan seminar. Minangball adalah langkah awal dari tekad Azarine untuk melangkah ke dunia yang berbeda, yakni sosial media dan e-commerce. Dengan membawa visi cantik itu, keputusan, Azarine berupaya memberikan solusi terbaik bagi</p>	<p>budaya Indonesia. Misi : Azarine kosmetik dapat memberikan keuntungan kepada konsumen yakni, memberikan solusi kepada konsumen agar hidup sehat dan cantik.</p>	<p>White Eyeluminate Firming Serum, Multi Acids Glowing Toner,³²</p>	<p>Sunscreen ini juga tergolong ringan, mudah di-blend, tidak lengket, tidak terasa berminyak, dan cocok untuk kulit sensitif, kering, normal, hingga kombinasi.</p>
---	--	---	--

³² <https://lifepack.id/azarine-c-white-series-produk-manfaat-kandungan-cara-pemakaian/>



			<p>kecantikan di Inovasi dan Sama hanya dengan standar kecantikan yang telah berfungsi Azarine juga melakukan banyak pekerjaan dan inovasi dengan tujuan menawarkan segala pelayanan.</p>
--	--	--	---

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif K

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

- a. Pengutipan hanya sebagai referensi atau untuk kegiatan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial, politik, atau lainnya.
- c. Dilarang mengumumkannya.



3. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Sumarwan Pengaruh Kelompok Referensi dengan Keputusan Pembelian Individu maupun kelompok yang secara nyata memberikan pengaruh perilaku seseorang. Menurut Kotler dan Keller yaitu Seluruh kelompok memiliki pengaruh baik secara langsung atau secara tidak langsung pada perilaku atau sikap individu tersebut disebut dengan kelompok referensi. Menurut Mowen dalam Sianturi, et al, kelompok referensi merupakan orang yang dapat memberikan pengaruh pada perilaku orang lain.

Secara signifikan dapat memberikan standar baik berupa nilai atau norma untuk dapat digunakan sebagai sudut pandang seseorang dalam bertingkah laku maupun berfikir. Kelompok referensi digunakan seseorang sebagai suatu referensi ataupun dasar perbandingan dalam membentuk respons perilaku, afektif, atau kognitif. Sudut pandang, kelompok referensi mempunyai fungsi sebagai sebuah referensi untuk individu dalam melakukan konsumsi maupun melakukan keputusan pembelian.

Kelompok referensi dapat mendorong seseorang membuat keputusan pembelian. Penelitian oleh Shallu dan Gupta menyatakan bahwa, kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Apriyandani et al, juga mendukung penelitian dengan menyatakan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sianturi et al, dimana hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara

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.



- 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.

parsial yang signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.³³

Kelompok acuan (reference group) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respons afektif dan kognitif dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok acuan adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian.³⁴

Referensi kelompok adalah seseorang atau kelompok orang yang dijadikan acuan oleh seorang dalam membentuk pandangan dijadikan acuan oleh seorang dalam membentuk pandangan tentang nilai tertentu, sikap atau pedoman berperilaku yang memiliki ciri khusus. Pendapat lain menyatakan bahwa referensi kelompok adalah perorangan atau kelompok nyata atau maya yang membayangkan mempunyai kesamaan penilaian inspirasi perilaku.³⁵

Kelompok referensi dapat mempengaruhi secara langsung maupun mempengaruhi anggota secara tidak langsung kegiatan mengambil keputusan

Sarah Fitrialdkk, *Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian*, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 8, No.1, Juni 2020) hal.40
<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/bisnis/index> DOI : 10.21043/bisnis.v8i1.6732

Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi kedua (Penerbit: Ghalia Indonesia, Bogor 2004), hal.250-251

Mulyadi Nitisusanto, *Prilaku Konsumen dalam Prespektif Keirausahaan*, Edisi ke tiga, (Penerbit: Elfabeta, Bandung 2020), hal.204



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Dkk Iptm mik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

bagi seseorang, menurut Kotler, Kelompok referensi memiliki berbagai dampak bagi anggota kelompoknya. Selain itu, mayoritas anggota menjadikan kelompoknya sebagai acuan untuk pengambilan keputusan menurut Wibowo. Menurut Hsu et. Al menemukan bahwa 80% dari keputusan pembelian individu dilakukan dengan pengaruh rekomendasi dari orang lain.³⁶

Dari penjelasan definisi tentang pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa Sekelompok orang yang dijadikan pedoman dalam acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi yang dapat mempengaruhi seseorang/kelompok baik secara langsung/tidak langsung pada perilaku atau sikap individu dalam menentukan keputusan pembelian.

B. Penelitian Relevan

1. Penelitian Sarah Fitria, dkk dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.8, No.1, Juni 2020 dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh Religiusitas dan Kelompok referensi terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling dengan metode judgmental sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 220 responden dimana yang dipilih adalah responden yang pernah membeli busana muslim Rabbani dan berusia 17-60 tahun. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan alat

Agus Kurniawan dkk, *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Sepedek Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik*, (Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol.9, No.3, 2021), hal.1515



- 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.

analisis regresi linear berganda. Penyebaran angket dilakukan secara offline. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.³⁷

Persamaan yang dilakukan oleh Sarah Fitria, dkk dan penulis ialah sama-sama mempunyai kesamaan pada variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian. Dan kesamaan jurnal pada indikator kelompok referensi dan sama-sama menyebarkan angket.

Perbedaannya Peneliti Sarah Fitri dkk, dan penulis ialah yang pertama pada variabel yang dimana ada tiga variabel dan penulis hanya dua variabel, kedua pada lokasi penelitian yaitu Universitas Negri Surabaya sedangkan penulis Uin Suska Riau, dan juga pada jumlah responden 220 responden dimana dipilih berdasarkan usia sedangkan penulis 73 responden berdasarkan angkatan.

2. Penelitian Riski Yuliana Pramudi dalam *Jurnal Of Research in Economics and Management*, Vol.15, No.2 Juli-Desember 2015 dengan judul 'Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal'

Hasil penelitian ini Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode judgemental sampling. Populasi dari

Sarah fitria, dkk Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.8 No 1 Juni 2020), hal.37



- 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 adalah wanita karir yang bekerja atau bertempat tinggal di Surabaya Selatan, dengan sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan skala pengukuran Likert.

Hasil penelitian tentang pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 56,2% dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian. T-test menunjukkan variabel gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh lebih kecil daripada kelompok referensi, jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian kosmetik lokal pada wanita karir banyak dipengaruhi oleh kelompok referensi responden yakni rekan kerja.³⁸

Persamaan penelitian Riski Yuliana Pramudi, dan penulis lakuka adalah kedua penelitian ini sama-sama mempunyai kesamaan pada variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian, menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan angket.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Riski Yuliana Pramudi dan penulis terlihat dari subjek penelitian. Riski Yuliana Pramudi, meneliti di kelas Pusat Perbelanjaan Modern Besar (mall), sedangkan penulis meneliti Mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021 Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. Perbedaan selanjutnya,

Riski Yulia|na| Pra|mudi, *Penga|ruh Ga|ya| Hidup Konsumtif da|b Kelompok Referensi terha|da|p| Keputusa|n Pembelia|n Kosmetik Loka|l*, (Vol 15 No 2 Juli-Desember 2015), ha|l.280



- 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 yang dilakukan oleh Riski Yuliana Pramudi memiliki bersifat tidak diketahui (*infinite*) populasi dan 110 responden, sedangkan penulis menggunakan sampling jenuh yakni teknik penentuan sampel saat anggota populasi digunakan sebagai sampel, pada penelitian ini penulis memiliki populasi dan sampel sebanyak 73 Mahasiswa. Perbedaan juga terlihat dari jumlah soal kuesioner yang disebar, penelitian yang dilakukan oleh Riski Yuliana Pramudi memiliki 25 soal untuk variabel X dan 8 soal untuk variabel Y, sedangkan soal kuisisioner yang dimiliki oleh penulis berjumlah 18 untuk variabel X dan 15 untuk variabel Y. Lalu, perbedaan selanjutnya terletak pada uji hipotesis yang digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Riski Yuliana Pramudi menggunakan uji Fhitung dengan hasil yang diperoleh 70,956, sedangkan penulis menggunakan uji Thitung yang diperoleh sebesar 0,574. Dan Penelitian Riski Yuliana Pramudi terdiri 3 Variabel sedangkan penulis hanya dua variabel.

3. Penelitian Bella Febriana Nur Pratiwi, dkk dalam Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol.9, No.3, 2021 dengan judul “Pengaruh Gaya dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konhsumen Kedai Kopi”

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian di kedai kopi sekiniian Ruang Temu secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen kedai kopi Ruang Temu, dengan sampel berdasarkan rumus



- 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.

Hair sebanyak 151 konsumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling, sampel sebanyak 151 konsumen digunakan untuk pengambilan data dengan cara menyebar kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi hasil dari analisis variabel gaya hidup (X1) sebesar 0,000 yang berarti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi Ruang Temu, sedangkan nilai signifikansi hasil dari variabel kelompok acuan (X2) sebesar 0,001 yang berarti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi Ruang Temu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sebesar 60,7% dan 39,3% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.³⁹

Persamaan penelitian Bella dkk, dan penulis yaitu menggunakan teknik analisis data kuantitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan gogle formulir, dan kesamaan pada variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian. Dan pada Uji valid Bella dkk dan penulis yaitu (0,361).

Perbedaan Peneliti dan Penulis pada variabel peneliti memiliki tiga variabel sedangkan penulis dua variabel, dan pada tempat penelitian peneliti Universitas Negri Surabaya sedangkan penulis Uin Suska Riau, dan Pada Jumlah sampel 151 berdasarkan usia sedangkan penulis 73

³⁹ Bela Febria|na| Nur Pra|tiwi dkk, *Penga|ruh Ga|ya| da|n Kelompok A|cua|n Terha|da|p Keputusan Pembelia|n Pa|da| Konhsumen Keda|i Kopi*, (Jurna|l Pendidika|n Ta|ta| Nia|ga|, Vol 9 No 3 2020), ha|l.1501



- 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.

sampel berdasarkan angkatan. Dan terakhir pada SPSS yaitu peneliti menggunakan spss versi 16,0 sedangkan penulis spss versi 21.

Penelitian Oleh Riana Afriansyah dkk, dalam Jurnal Of Business and Accounting, Vol.2, NO.2., Januari 2021 dengan judul ‘Keputusan Pembelian Secara Online Berdasarkan Kelompok Referensi, Keluarga Serta Peran dan Status’

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi, keluarga serta peran dan status terhadap keputusan pembelian pada pengguna Lazada di Kota Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan metode sampel probability sampling dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 116 kepada para pengguna Lazada di Kota Sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square adalah sebesar 0,291. Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi ganda dan koefisien determinasi. Untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji statistik secara parsial (uji t) dan uji simultan (uji F)⁴⁰.

Persamaan penelitian Riana Afriansyah dkk, dengan peneliti yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan melakukan penyebaran kuesioner.

Perbedaan penelitian Riana Afriansyah dkk, dengan peneliti yaitu pada Tujuan penelitian untuk mengetahui” pengaruh kelompok referensi,

Riana Afriansyah dkk, *Keputusan Pembelian Secara Online berdasarkan Kelompok Referensi, Keluarga serta Peran dan Status*, (Journal of Business, Vol.2, No.2, Januari 2021), hal.529



- 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.

keluarga serta peran dan status terhadap keputusan pembelian” pada pengguna Lazada di Kota Sukabumi. Sedangkan peneliti untuk mengetahui “pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian” Skincare di mahasiswa pendidikan ekonomi Uin Suska Riau, Hasil uji koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square adalah sebesar 0,291 Sedangkan peneliti koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square adalah sebesar 32,9%, Teknik analisis yang digunakan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda Sedangkan peneliti analisis regresi linier sederhana.

5. Penelitian Oleh Fauz Novia dalam Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.7., No.1 UNS, 2018), dalam Judul “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Vlogger sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik”.

Penelitian ini menggunakan variabel independen berpagaya hidup konsumtif dan kelompok referensi, sedangkan untuk variabel dependennya berupa keputusan pembelian kosmetik. Angket terstruktur dengan skala pengukuran skala likert 1 hingga 5 dengan kategori sangat tidak setuju hingga sangat setuju, digunakan sebagai sebuah instrumen pada penelitian ini yang ditujukan langsung kepada responden yang dituju. Penyebaran kuesioner secara online menggunakan google forms digunakan peneliti sebagai teknik pengumpulan data, selain itu juga peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi



linear berganda dengan hasil koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 34,3%⁴¹.

Persamaan penelitian Fauz novia dan peneliti yaitu pada instrumen penelitian dengan skala pengukuran skala likert 1 hingga 5 dengan kategori sangat tidak setuju hingga sangat setuju, pada pengumpulan data penyebaran kuesioner secara online menggunakan google forms. Perbedaan penelitian Fauz novia dengan peneliti yaitu pada Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda Sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana dan hasil koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 32%.

Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan penjabaran konkrit dari konsep teoritis agar mudah dipahami dan digunakan sebagai acuan di lapangan atau pada saat penelitian. Selain itu, konsep operasional dapat memberikan batasan terhadap kerangka teoritis yang ada agar mudah dipahami dalam mengumpulkan data di lapangan. Adapun variabel yang akan dioperasionalkan yaitu Kelompok Referensi (variabel x) dan Keputusan Pembelian (variabel y) :

1. Adapun indikator kelompok referensi adalah sebagai berikut :

Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk

- 1) Teman saya memberikan informasi mendetail tentang jenis produk skincare

⁴¹Fa|uz Novia| Fa|a|dhila|h, Penga|ruh Ga|ya| Hidup Konsumtif da|n Bea|uty Vlogger seba|gai|Kelompok Referensi terha|da|p Keputusa|n Pembelia|n Kosmetik, (Jurna|l Ilmu Ma|nal|jeren, Vol.7, No.1, 2018), ha|l.137



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 2) Teman saya memberikan informasi tentang manfaat produk skincare
- 3) Teman saya memberikan informasi detail tentang keunggulan skincare tersebut
- 4) Teman saya memberikan informasi bagaimana cara menggunakan produk tersebut

Kredibilitas dari kelompok referensi

- 1) Teman saya memberikan informasi mengenai produk skincare adalah orang yang bisa dipercaya
- 2) Informasi dari teman saya bisa di percaya
- 3) Teman saya memberikan informasi detail manfaat skincare tersebut

c. Pengalaman dari kelompok referensi

- 1) Saya tertarik menggunakan produk skincare setelah mendengar informasi dari teman
- 2) Menurut saya pengalaman dari teman mempengaruhi keputusan pembelian produk skincare
- 3) Pengalaman dari teman saya membuat saya untuk menggunakan skincare
- 4) Saya tertarik menggunakan skincare ketika melihat penampilan teman saya yang berubah ketika menggunakan skincare tersebut

Keaktifan dari kelompok referensi

- 1) Teman saya sering berbagi pengalaman hingga ajakan untuk menggunakan produk skincare



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 2) Teman saya sering memberikan usulan kepada saya mengenai penggunaan produk skincare
- 3) Teman saya sering meminta saya untuk menggunakan skincare
- 4) Teman saya sering merekomendasikan skincare yang cocok bagi wajah saya

Daya tarik dari kelompok referensi

- 1) Saya tertarik untuk mengikuti atau meniru teman dalam menggunakan produk skincare
- 2) Saya membeli produk skincare setelah melihat penampilan teman pada saat menggunakan produk tersebut
- 3) Saya tertarik menggunakan skincare karena ajakan dari teman saya yang setelah menggunakan skincare wajahnya lebih sehat

2. Adapun indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

Pilihan Produk

- 1) Saya membeli produk skincare di shoppe sesuai dengan keinginan dan butuh saya
- 2) Saya memilih produk skincare yang berlabel halal agar lebih aman

Pilihan Merek

- 1) Saya memutuskan membeli produk skincare di shoppe setelah membandingkan dengan toko skincare ditempat lain
- 2) Saya memilih skincare scarlet Whitening berdasarkan citra merek dari scarlet whitening



- 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.

c. Pilihan Penyalur

- 1) Saya membeli produk skincare di shoppe karena mudah ditemukan, harga lebih efesiensi dari pada tempat lain.
- 2) Saya membeli scarlet whitening karena kemudahan ditemukan dimana pun

Waktu Pembelian

- 1) Dalam sebulan saya hanya sekali berbelanja produk skincare
- 2) Dalam sebulan saya dapat berbelanja skincare lebih dari dua kali
- 3) Saya bisa bebelanja skincare dalam sebulan berkali-kali ketika skincare tersebut mengadakan promosi 50%
- 4) Saya berbelanja skincare pada hari libur
- 5) Saya berbelanja skincare pada saat diskon atau casback

e. Jumlah pembelian

- 1) Saya hanya membeli satu produk skincare ketika berbelanja
- 2) Saya akan membeli lebih dari satu produk setiap kali berbelanja produk skincare
- 3) Saya hanya membeli dua produk skincare yang sama untuk cadangan ketika berbelanja
- 4) Saya akan membeli bermacam-macam produk skincare sesuai kebutuhan saya
- 5) Saya hanya membeli 1 atau 2 paket produk skincare yang saya gunakan



- 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.

f. Metode Pembayaran

- 1) Saya memutuskan ketika berbelanja skincare menggunakan metode pembayaran cash/tunai
- 2) Saya ketika berbelanja skincare menggunakan pembayaran Qris
- 3) Saya ketika berbelanja skincare terkadang menggunakan pembayaran non tunai yaitu sistem dana
- 4) Saya ketika berbelanja skincare terkadang lebih suka menggunakan sistem pembayaran Online yaitu Shopepay
- 5) Saya ketika berbelanja skincare hampir sering menggunakan sistem pembayaran Debit.

g. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Asumsi yang penulis yakini dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :Kelompok referensi terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Hipotesis

Hipotesis penelitian yaitu :

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa program studi pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan UIN Suska Riau.

H_a : Terdapat pengaruh antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa program studi pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kasual asosiatif. Penelitian ini bermaksud mencari pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau) yang bertempat di Panam, Jl. HR. Soebrantas Km. 15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau. UIN Suska Riau merupakan salah satu diantara Perguruan Tinggi Islam Negeri yang telah mendapat kepercayaan dari berbagai pihak baik pemerintah, swasta dan masyarakat untuk menyalurkan beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi dan ekonomi menengah ke bawah.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2023 – Agustus 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2021 Fakultas Tarbiyah & Keguruan UIN Suska Riau.



2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FTK UIN Suska Riau.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2021 berjumlah 59 orang. Menurut Surahsimi Arikunto yang menyatakan bahwa apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya kurang dari 100 yakni 59, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 59 orang mahasiswa keputusan pembelian skincare mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FTK UIN Suska Riau.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁴²

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen. Variabel independen merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen merupakan variabel terikat yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁴³ Kelompok referensi adalah

⁴² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2015), hal.38

⁴³ *Ibid*, hal.39

variabel bebas dengan simbol X, Keputusan Pembelian adalah variabel terikat dengan simbol Y.

X Y \longrightarrow

Keterangan :

X : Kelompok Referensi

Y : Keputusan Pembelian

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.⁴⁴ Peneliti menggunakan

angket untuk mengukur reference group kelompok persahabatan dan keputusan pembelian mahasiswa pendidikan ekonomi 2021 UIN SUSKA RIAU.

2. Dokumentasi

Dokumentasi peneliti peroleh dari pihak-pihak terkait, untuk mengetahui sejarah Universitas, Prodi, jumlah Mahasiswa, dan segala hal yang berhubungan dengan Mahasiswa pendidikan ekonomi.

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

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian* (Penerbit : Alfabeta, Bandung, Tahun 2016), hal. 230



G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran derajat yang menunjukkan tingkat valid suatu instrumen. Instrumen dianggap valid jika dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur secara akurat tentang kondisi responden yang sebenarnya. Validitas instrumen penelitian baik berupa tes, angket, maupun observasi dapat ditentukan dengan analisis faktor, dengan cara mengkorelasi antara skor instrumen dengan skor total. Hal ini dapat dicari menggunakan korelasi *product moment*. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

N = Number Of Cases

$\sum x$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

$\sum XY$ = Jumlah skor XY

$\sum x^2$ = Jumlah skor X setelah dikuadratkan

$\sum y^2$ = Jumlah skor Y setelah dikuadratkan

Butir-butir soal dalam angket dihitung besar koefisien dengan skor total yang didapat, lalu dihitung menggunakan uji-t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t hitung

r = Koefisien korelasi r hitung

n = Jumlah responden

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.



- 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.

langkah selanjutnya yang dapat dilakukan ialah membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk mengetahui apakah butir soal valid atau tidak, dengan ketentuan sebagai berikut:

a) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir tersebut tidak valid

b) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut valid

Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi

TABEL III.1
HASIL UJI VALIDITAS KELOMPOK REFERENSI (X)

No	rHitung	rTabel	Status	Interpretasi
1	0,490	0,361	VALID	Digunakan
2	0,534	0,361	VALID	Digunakan
3	0,518	0,361	VALID	Digunakan
4	0,493	0,361	VALID	Digunakan
5	0,488	0,361	VALID	Digunakan
6	0,553	0,361	VALID	Digunakan
7	0,480	0,361	VALID	Digunakan
8	0,712	0,361	VALID	Digunakan
9	0,601	0,361	VALID	Digunakan
10	0,557	0,361	VALID	Digunakan
11	0,610	0,361	VALID	Digunakan
12	0,502	0,361	VALID	Digunakan
13	0,389	0,361	VALID	Digunakan
14	0,560	0,361	VALID	Digunakan
15	0,577	0,361	VALID	Digunakan
16	0,782	0,361	VALID	Digunakan
17	0,774	0,361	VALID	Digunakan
18	1	0,361	VALID	Digunakan

Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan Tabel tersebut, diketahui r_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dengan jumlah $n = 30$ Mahasiswa adalah 0,361 Sehingga dapat dipahami bahwa 18 item angket memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , dengan demikian, 18 angket kelompok referensi dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.



b. Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian

TABEL III.2
HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Rhitung	Rtabel	Status	Interpretasi
1	0,475	0,361	VALID	Digunakan
2	0,593	0,361	VALID	Digunakan
3	0,482	0,361	VALID	Digunakan
4	0,640	0,361	VALID	Digunakan
5	0,799	0,361	VALID	Digunakan
6	0,640	0,361	VALID	Digunakan
7	0,416	0,361	VALID	Digunakan
8	0,670	0,361	VALID	Digunakan
9	0,492	0,361	VALID	Digunakan
10	0,673	0,361	VALID	Digunakan
11	0,604	0,361	VALID	Digunakan
12	0,748	0,361	VALID	Digunakan
13	0,737	0,361	VALID	Digunakan
14	0,863	0,361	VALID	Digunakan
15	1	0,361	VALID	Digunakan

Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan Tabel tersebut, diketahui r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% dengan jumlah $n = 30$ siswa adalah 0,361. Sehingga dapat dipahami bahwa 15 item angket yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , sehingga 15 item pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat kestabilan instrumen saat disebar dengan subjek yang sama, namun pada orang, waktu, dan tempat yang berbeda, tetapi hasil yang diberikan relatif sama atau tidak jauh berbeda⁴⁵. Uji reliabilitas instrumen dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi antara butir soal pernyataan/pertanyaan yang diberi tanda r.

Eka, Ka|runia| Lesta|ri, *Penelitian Pendidikan Matematika*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2015), hal.206



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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel III.3
RELIABILITAS

No	Indeks Reliabilitas	Klasifikasi
1	$0,0 \leq r \leq 0,20$	Sangat Rendah
2	$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
3	$0,40 \leq r < 0,60$	Sedang
4	$0,60 \leq r < 0,80$	Tinggi
5	$0,80 \leq r < 1,00$	Sangat Tinggi

TABEL III.4
RELIABILITAS KELOMPOK REFERENSI (X)

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
0,934	Sangat Tinggi (Reliabel)

Sumber: Data Olahan 2023

TABEL III.5
RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
0,908	Sangat Tinggi (Reliabel)

Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen yang telah disebar dapat dilihat pada Tabel III.4 dan III.5, maka dipahami bahwa instrumen di atas diinterpretasi sangat tinggi dan reliabel untuk disebar. karena r_{tabel} (0,306) lebih kecil dari nilai *Cronbach Alpha* sehingga dapat digunakan dalam melakukan penelitian.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

Teknik analisis data kuantitatif merupakan teknik yang diterapkan dalam penelitian ini. Analisis tersebut memiliki manfaat agar kita dapat memahami pengaruh variabel X (kelompok referensi) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sebelum melanjutkan ke rumus statistik, pertama-



- 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.

tama data yang kita peroleh dicari persentase jawabannya pada item pertanyaan dengan masing-masing variabel dengan rumus⁴⁶:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Angka Persentase

F = Frekuensi yang akan dicari persentasenya

N = Jumlah frekuensi/banyak individu

Lalu pengaruh variabel X dan variabel Y dianalisis dan diukur dengan skala *likert*, dengan pernyataan⁴⁷:

- a. Sangat setuju diberi skor 5
- b. Setuju diberi skor 4
- c. Ragu-ragu diberi skor 3
- d. Tidak setuju diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Setelah data dipersentasekan, lalu direkapitulasi dan diberi kriteria sebagai berikut⁴⁸:

0%-20% kurang sekali

21%-40% kurang

41%-60% cukup

61%-80% baik

81%-100% baik sekali

⁴⁶ Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja-Raja Pers, 2007), hal.43

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Cv. Alfabeta, 2016), hal.168-169

⁴⁸ Mulyadi, *Evaluasi Pendidikan*, (Malang: Uin Malliki Press, 2010), hal.147



2. Perubahan data ordinal ke interval

Sebelum kita melakukan pengolahan data menggunakan rumus statistik, kita harus merubah data yang didapatkan diawal yang disebut dengan data ordinal menjadi data interval dengan cara, sebagai berikut:

$$T_i = 50 + 10 \frac{(Y_i - Y)}{SD}$$

Keterangan:

Y_i = Variabel Data Ordinal,

Y = Mean (rata-rata),

SD = Standar Deviasi⁴⁹.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilaksanakan pada masing-masing variabel yaitu variabel X kelompok referensi dan variabel Y keputusan pembelian produk skincare mahasiswa pendidikan ekonomi uin suska riau. Suatu variabel dapat diketahui normal jika $p > 0,05$ maka normal dan dikatakan tidak normal jika $p < 0,05$.

4. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji yang berguna untuk melihat data yang sedang kita teliti bersifat linear atau tidak, nantinya uji ini menjadi syarat untuk melakukan uji selanjutnya. Hipotesis yang diuji adalah:

H_a : Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier.

H_o : Distribusi data yang diteliti tidak mengikuti bentuk yang linier.

⁴⁹Harltono, *Statistik untuk penelitian*, (Pekalongan: Pustaka Pelajar 2011), hal.143



- 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.

Duwi Prayitno mengungkapkan bahwa uji linieritas yang dilakukan di SPSS menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Jika variabel X dan Y memiliki hubungan maka nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* harus lebih dari 0,05⁵⁰.

5. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen, untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya (Positif atau negatif), seberapa besar pengaruhnya, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Persamaan matematis regresi yang diperoleh dari data sampel menunjukkan hubungan fungsional antara dua variabel yang dinyatakan dalam bentuk model sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + Bx$$

Keterangan:

- \hat{Y} = Variabel Dependent
- x = Variabel
- a = *Intercept* atau konstanta
- B = Koefisien

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang berguna untuk melihat penelitian dapat diterima atau tidak, dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji hipotesis dapat dicari dengan rumus⁵¹:

⁵⁰ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*, (Penerbit Andi, Yogyakarta, Tahun 2018), hal.78
⁵¹ *Ibid.*, Hal. 93-103

$$Df = N - nr$$

Keterangan :

$Df = Degree\ of\ freedom$

$N = Number\ of\ cases$ (Jumlah Sampel)

$r = Banyaknya\ variabel$

Selanjutnya, kita bandingkan r_h (r_{hitung}) dengan r_t (r_{tabel}) dengan ketentuan:

Jika $r_o \geq$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk skincare mahasiswa pendidikan ekonomi uin suska riau.

b. Jika $r_o \leq$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk skincare mahasiswa pendidikan ekonomi uin suska riau.

7. Kontribusi Variabel X (Kelompok Referensi) terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Untuk menghitung variabel X terhadap variabel Y kita dapat mencari dengan rumus⁵²:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien Determinan

= Nilai Koefisien Korelasi

Dalam memproses data, peneliti menggunakan bantuan perangkat computer melalui program SPSS Versi 21.

⁵²Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung, IKAPI, 2014), hal.81

- 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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di Uin Suska Riau, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi, diperoleh nilai r (*pearson correlation*) kelompok referensi (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y) sebesar 0,574 dengan tingkat probabilitas 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa di Uin Suska Riau.
2. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi terdapat pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Uin Suska Riau. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,329. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 32,9% atau variasi variabel independen kelompok referensi terhadap keputusan pembelian mampu menjelaskan sebesar 32,9% sedangkan sisanya sebesar 67,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil analisis perhitungan persamaan regresi dapat disimpulkan dengan persamaan regresinya $Y = 22,173 + 0,343X$ dan konstanta sebesar 57,4 artinya jika pengaruh yang diperoleh dari



- 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.

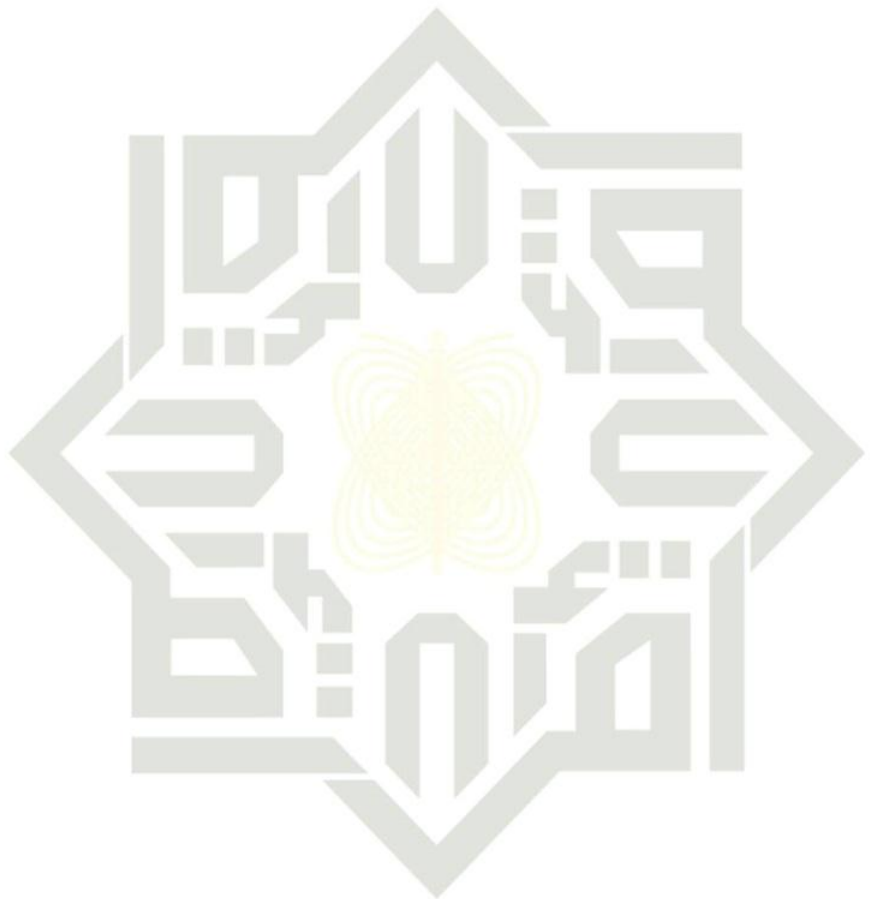
kelompok referensi (variabel X) nilainya adalah konstan, maka keputusan pembelian (variabel Y) nilainya adalah 0,343 dan koefisien regresi variabel Kelompok Referensi dengan nilai sebesar 22,173 artinya jika kelompok referensi mengalami kenaikan 1 maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 22,173. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa di Uin Suska Riau.

Saran

Terlepas dari keterbatasan yang dimiliki, hasil penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi yang luas untuk penelitian selanjutnya dengan topic serupa. Adapun saran dari hasil penelitian ini untuk peneliti selanjutnya yaitu :

1. Meskipun hasil penelitian kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian skincare scarlet, namun akan lebih baik apabila ditingkatkan kualitas produk, promosi dan pemberian harga yang tidak tinggi agar produk tetap bisa dinikmati semua kalangan.
2. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan bagian promosi seperti memasang iklan pada majalah, Koran, penyebaran brosur yang lebih luas, memasang reklame dipinggir jalan, maupun menyampaikan iklan di TV dan radio agar merek kosmetik wardah mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas.
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas area survey, tidak hanya di lingkungan mahasiswi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 Uin, tetapi

seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN , peneliti selanjutnya juga bisa memperluas objek penelitian, tidak hanya masalah kelompok rujukan dan keputusan pembelian, tetapi juga menyangkut faktor-faktor lain.



UIN SUSKA RIAU

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.



DAFTAR PUSTAKA

- Almad Marzuki. 2022. Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc, (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia, Vol.2, No.2, Yogyakarta)
- As Sudijono. 2015). Pengantar Statistik Pendidikan, (Jakarta: Rajawali Pers).
- Febriana Nur Pratiwi dkk. 2021. Pengaruh Gaya dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konhsumen Kedai Kopi, (Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 9 No 3).
- Devi Ariliani. 2023. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlett Whitening, (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol.6, No.2, Juni).
- Duwi Priyatno. 2016. SPSS Handbook, (Yogyakarta: Mediakom).
- ka, Karunia Lestari. 2015. Penelitian Pendidikan Matematika, (Bandung: PT. Refika Aditama).
- elmy Nur Faidah. 2021. Pengaruh Intensitas Browsing dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah, (Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 9 No 1).
- auz Nova Faadhilah. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Beauty Blogger sebagai Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik, (Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.7, No.1).
- artono. 2011. Statistik untuk penelitian, (Pekanbaru: Pustaka Pelajar).
- hendri Apriyandani. 2017. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian, (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.50, No.2, Malang).
- Ikke Yuni Rakmawati. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife, (Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol.9, No.2).
- Kotler, Philip. 2013. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1. (Jakarta: Erlangga).
- (<https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felycia-angelista-1y6VBSxFfjT> ,).



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

- Lalu Supardin. 2022. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal, (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bsisnis, Akuntansi, Vol.1, No.1, Januari).
- Mulyadi. 2010. Evaluasi Pendidikan, (Malang: Uin Maliki Press).
- Mulyadi, Nitisusanto. 2008. Prilaku Konsumen dalam Prespektif Keirausahaan, (Jakarta).
- <https://www.scribd.com/document/509000189/Company-Profile>.
- Nama Zahiroh dkk. 2022. Pengaruh Kelompok Referensi dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Kyt Melalui WOM, (Seminar Nasional Sistem Informasi, 22 September).
- Nel Ariyanti. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian, (Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol.4, No.1, Medan).
- Nellyaningsih, dkk. 2019. Analisis Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi, (Jurnal AKRAB JUARA, Vol.4, No.4, November).
- <https://brainpersonalities.com/founder-danowner-scarlett-whitening-begini-caranya-berbisnis-skincare/>.)
- Novel Apriyani Montolalu dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital, (Vol.2 No.4).
- Mugroho, Fevri Setya. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 Fl. (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.4 No.4)
- Philip Kotler dkk. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1, (Penerbit Erlangga),
- Riana Afriansyah dkk. 2021. Keputusan Pembelian Secara Online berdasarkan Kelompok Referensi, Keluarga serta Peran dan Status, (Journal of Business, Vol.2, No.2, Januari-Juni).
- Riduwan dan Sunarto. 2011. Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis, (Bandung, IKAPI).
- Riski Yuliana Pramudi. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal, (Vol 15 No 2 Juli-Desember).



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

1. Dilarang menyalin 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.

Sarah fitria,dkk. 2020. Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol.8 No 1 Juni).

Suwayono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, Bandung: (Alfabeta).

Suwayono. 2016. Metode Penelitian Manajemen, (Bandung: Cv. Alfabeta).

Sumarwan, Ujang. 2014. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia. Bogor.

Usaha Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Saryani. 2003. Perilaku konsumen di Era Internet. (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Sumarwan. 2002. Prilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Bogor).

Baihaqi dkk. 2021. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone, (Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.4, No.1, Februari),

Yoga Famei Akbarini. 2017. Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan, (Jurnal Ilmu Manajemen (JIM),Vol.5, No.1, Surabaya).



LAMPIRAN 1

ANGKET PENELITIAN

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS
TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU**

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Saya Sheli Yani, mahasiswi prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN SUSKA RIAU yang sedang mengadakan penelitian untuk keperluan skripsi mengenai **“Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Uin Suska Riau”** untuk itu saya sangat berterima kasih jika anda dapat meluangkan waktu untuk mengisi semua pertanyaan dalam kusioner berikut. Saya menjamin kerahasiaan data anda dan data anda akan digunakan untuk keperluan penelitian semata.

Terima kasih atas partisipasi dan kesediaan anda.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

SHELI YANI
NIM. 11910623682

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hanya sebagian saja dari karya tulis atau karya lain yang sudah diterbitkan dan dituliskan dalam sebuah naskah tanpa 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.



Kisi – Kisi Angket Penelitian: Variabel X

Indikator	No Butir Soal		Jumlah Butir Pernyataan
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif	
Pengetahuan kelompok	1,2,3,4	-	4
Kredibilitas dari kelompok	5,6,7	-	3
Pengalaman dari kelompok	8,9,10,11	-	4
Keaktifan dari kelompok	12,13,14,15	-	4
Daya tarik kelompok	16,17,18	-	3
Total			18

Kisi – Kisi Angket Penelitian: Variabel Y

Indikator	No Butir Soal		Jumlah Butir Pernyataan
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif	
Pilihan produk	1,2		2
Pilihan merek	3,4		2
Pilihan penyalur	5,6		2
Waktu pembelian	7,8,9,10,11	-	5
Jumlah pembelian	12,13,14,15,16	-	5
Metode pembelian	17,18,19,20,21	-	5
Total		-	21

Petunjuk Pengisian Angket:

- Angket ini hanya semata-mata hanya untuk penelitian ilmiah dalam menyelesaikan studi penulisan ilmiah di UIN SUSKA RIAU.
- Segala bentuk jawaban tidak akan berpengaruh terhadap nilai saudara/i.
- Diharapkan saudara/i dapat menjawab pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
- Berikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia pada alternatif jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i.
- Alternatif jawaban yang tersedia memiliki 5 kemungkinan dengan skala:
 - 5 : SS = Sangat Setuju
 - 4 : S = Setuju
 - 3 : R = Ragu-ragu
 - 2 : TS = Tidak Setuju

1. Diarangi menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi tulisan ini tanpa mencantumkan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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

1 : STS = Sangat Tidak Setuju

f. Atas kesediaan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Data Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Semester :

Fakultas/jurusan :

KELOMPOK REFERENSI

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Teman saya memberikan informasi mendetail tentang jenis produk skincare					
2	Teman saya memberikan informasi tentang manfaat produk skincare					
3	Teman saya memberikan informasi detail tentang keunggulan skincare tersebut					
4	Teman saya memberikan informasi bagaimana cara menggunakan produk tersebut					
5	Teman saya memberikan informasi mengenai produk skincare adalah orang yang bisa dipercaya					
6	Informasi dari teman saya bisa dipercaya					
7	Teman saya memberikan informasi detail manfaat skincare tersebut					
8	Saya tertarik menggunakan produk skincare setelah mendengar informasi dari teman					
9	Menurut saya pengalaman dari teman mempengaruhi keputusan pembelian produk skincare					
10	Pengalaman dari teman saya membuat saya untuk menggunakan skincare					
11	Saya tertarik menggunakan skincare ketika melihat penampilan teman saya yang berubah ketika menggunakan skincare tersebut					
12	Teman saya sering berbagi pengalaman hingga ajakan untuk menggunakan produk skincare					
13	Teman saya sering memberikan usulan kepada saya mengenai penggunaan produk skincare					
14	Teman saya sering meminta saya untuk menggunakan skincare					
15	Teman saya sering merekomendasikan skincare					



UIN SUSKA RIAU

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.

	yang cocok bagi wajah saya					
1	Saya tertarik untuk mengikuti atau meniru teman dalam menggunakan produk skincare					
1	Saya membeli produk skincare setelah melihat penampilan teman pada saat menggunakan produk tersebut					
1	Saya tertarik menggunakan skincare karena ajakan dari teman saya yang setelah menggunakan skincare wajahnya lebih sehat					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya membeli produk skincare di shoppe sesuai dengan keinginan dan kebutuh saya					
2	Saya memilih produk skincare yang berlabel halal agar lebih aman					
3	Saya memutuskan membeli produk skincare di shoppe setelah membandingkan dengan toko skincare ditempat lain					
4	Saya memilih skincare scarlet Whitening berdasarkan citra merek dari scarlet whitening					
5	Saya membeli produk skincare di shoppe karena mudah ditemukan, harga lebih efesiensi dari pada tempat lain					
6	Saya membeli scarlet whitening karena kemudahan ditemukan dimana pun					
7	Teman Saya Dalam sebulan saya hanya sekali berbelanja produk skincare					
8	Teman Saya Dalam sebulan saya dapat berbelanja skincare lebih dari dua kali					
9	Teman Saya bisa berbelanja skincare dalam sebulan berkali-kali ketika skincare tersebut mengadakan promosi 50%					
10	Teman Saya berbelanja skincare pada hari libur					
11	Teman Saya berbelanja skincare pada saat diskon atau casback					
12	Teman Saya hanya membeli satu produk skincare ketika berbelanja					
13	Teman Saya akan membeli lebih dari satu produk setiap kali berbelanja produk skincare					
14	Teman Saya hanya membeli dua produk skincare					



1. 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.

	yang sama untuk cadangan ketika berbelanja						
1	Teman Saya akan membeli bermacam-macam produk skincare sesuai kebutuhan saya						
1	Teman Saya hanya membeli 1 atau 2 paket produk skincare yang saya gunakan						
1	Teman Saya memutuskan ketika berbelanja skincare menggunakan metode pembayaran cash/tunai						
1	Teman Saya ketika berbelanja skincare menggunakan pemabayaran Qris						
1	Teman Saya ketika berbelanja skincare terkadang menggunakan pembayaran non tunai yaitu sistem dana						
20	Teman Saya ketika berbelanja skincare terkadang lebih suka menggunakan sistem pembayaran Online yaitu Shopepay						
21	Teman Saya ketika berbelanja skincare hampir sering menggunakan sistem pembayaran Debit						

LAMPIRAN 2

DATA MENYATAH UJI COBA ANGKET VARIABEL X (KELOMPOK REFERENSI)

RESPONDEN	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	TOTAL
Niken	4	4	4	5	3	3	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	5	77
Maghfira NA	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	77
Twinda RA	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	82
Rika Wahyuni	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	74
Tiara Sri D	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	85
Aisyah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Giva Junofri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Bima Pamungkas	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	88
Dilma RA	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	62
M. Raihan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Ayu Azahri	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	74
Riyanda Pratama	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Dhea Novita S	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	72
Nadita Aprilia	3	3	4	5	4	3	3	3	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	68
Oktavia Reda A	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Ega Asruni	5	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	76
Amrina Saputri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73
Aldianur Saputra	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	70
M. Mahyudin	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	41
Sakhilla A	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	78
Yolla Anesti	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	2	1	2	2	55
Prettcia Nabilla	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	77
Intan PB	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	79
Putri H	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Ardiansyah P	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70

Hak cipta milik Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Dilarang mengutip, menyalin, atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin. Dilarang mengutip, menyalin, atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin. Dilarang mengutip, menyalin, atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin.



Leo Gunawan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
Winny	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	74	
Enno P	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	82	
Lukiana H	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	77	
Melly YP	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif K

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Dilarang mengutip, salin, atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber.

DATA MENTAH UJI COBA ANGGKUT VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

RESPONDEN	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	TOTAL
Niken	4	4	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	58
Maghfira NA	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	50
Twinda RA	4	4	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	57
Rika Wahyuni	3	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	63
Tiara Sri D	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
Aisyah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	63
Giva Junofri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Bima Pamungkas	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	65
Dilma RA	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	2	44
M. Raihan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Ayu Azahri	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	45
Riyanda Pratama	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Dhea Novita S	3	3	4	3	5	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	51
Nadita Aprilia	5	5	2	3	5	3	5	5	4	3	5	1	1	4	3	50
Oktavia Reda A	5	5	3	1	2	2	1	2	2	4	4	1	1	1	2	33
Ega Asruni	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	1	3	3	2	48
Amrina Saputri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Aldianur Saputra	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	63
M. Mahyudin	1	1	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	44
Sakhilla A	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	2	46
Yolla Anesti	3	3	1	2	2	4	2	2	3	3	4	2	3	3	3	39
Prettcia Nabilla	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	52
Intan PB	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Putri H	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Ardiansyah P	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
Leo Gunawan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

LAMPIRAN 3

DATA MENTAH ANGKET VARIABEL X (KELOMPOK REFERENSI)

No	Responden	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	Total
1	Devi Herlinda	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	72
2	NURMA CAHNITA NUGRAHENI	3	3	4	4	4	1	4	5	4	1	4	4	4	4	2	2	4	4	61
3	FADIA RAHMA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
4	Devi Fitriani	3	1	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	1	3	67
5	Riska Dini Wulan Febriana	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
6	Bunga Syahliani	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	66
7	Elsa tiara	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
8	Zhatil Hanani Octavia Swid	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	73
9	Junaida	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	65
10	Qorry Oktaviani	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
11	Lista Ramadeli	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
12	Rona Asrita	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
13	Suci Anggraini	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	71
14	Dina wiranda Johnson	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	89
15	Siti nurzanah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
16	Rakel Agnestasia	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	67
17	Wiwin Sandari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
18	Siti salsabila anifa	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
19	Dwi Amelia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
20	DELIA ANGGRAINI	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	88
21	Lenurhaliza	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
22	Widi Hastuti	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	75
23	Chici Imelda Sari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
24	Arimbi	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	81
25	Avika azizah	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	2	3	4	4	3	63
26	Annisa Dwi Khai Yasmin	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	64
27	gia suhanda putri	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	76

28	Ayu Dia Puspitasari	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	42
29	Safira Hilmiyani	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	71
30	Devi Winata	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	62
31	DINDA SEPTIANA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
32	Wirdatul Nikma	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
33	Fitria delima	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	76
34	Nabila Maharani	4	4	3	4	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	39
35	Nabila Maharani	3	4	4	4	4	1	1	2	1	4	3	1	1	1	1	1	4	4	44
36	FITRI DIANA	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	78
37	Deby atikah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	70
38	Nurul Daffa	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	3	1	3	1	3	3	4	4	57
39	Halimatu Syakdiah	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	67
40	Mirna Hasibuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	71
41	Sri rahayu anggraini	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	49
42	Elsa tiara	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	65
43	Lily Trikoryanti	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	71
44	Melati Socika Putri	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	62
45	Annisa Pratiwi	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	62
46	Rahma Dinda	2	3	3	3	3	4	5	3	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	53
47	Titi Alayda Marta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
48	DIAN RAHMAWATI	5	5	4	5	5	3	3	4	5	4	4	2	4	3	4	5	5	5	75
49	Putri wulandari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	71
50	Viona Amalina	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	83
51	Tiara putri	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
52	Lala Raudatul Salamah	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	75
53	Ananta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	69
54	Azzahra	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
55	Nuraina	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	1	4	5	3	62
56	Putri rahmayani	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	81
57	Adela mailani	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	1	1	2	4	4	55
58	Sofiyanti	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	55
59	Siti Zahratul Hasanah	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	76

DATA MENTAH ANGKET VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No	Responden	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	Total
1	Devi Herlinda	5	5	5	3	5	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	5	1	3	1	4	1	75
2	NURMA CAHNITA NUGRAHENI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	3	4	2	74
3	FADIA RAHMA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	1	4	3	2	74
4	Devi Fitriani	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	5	2	3	87
5	Riska Dini Wulan Febriana	5	1	1	5	1	5	1	5	3	3	1	1	4	5	5	2	3	4	4	1	1	61
6	Bunga Syahliani	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	5	3	1	5	1	4	64
7	Elsa tiara	3	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	2	5	74
8	Zhatil Hanani Octavia Swid	5	1	5	1	5	2	2	2	2	1	1	1	5	1	4	3	2	2	3	2	3	53
9	Junaida	4	2	4	1	2	2	4	4	4	2	2	1	2	1	1	1	4	3	2	2	4	52
10	Qorry Oktaviani	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	83
11	Lista Ramadeli	4	3	1	1	3	3	3	5	3	4	4	1	3	5	1	3	5	4	4	4	4	68
12	Rona Asrita	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	5	4	4	79
13	Suci Anggraini	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	5	3	4	4	78
14	Dina wiranda Johnson	5	1	5	1	1	5	5	5	5	4	5	1	5	1	4	5	3	4	2	4	4	75
15	Siti nurzanah	5	2	5	1	4	2	3	5	5	2	2	1	5	1	1	3	4	1	3	4	4	63
16	Rakel Agnestasia	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	5	3	1	4	4	73
17	Wiwin Sandari	3	1	4	1	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	2	2	4	4	49
18	Siti salsabila anifa	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	4	5	40
19	Dwi Amelia	2	2	5	1	2	5	2	5	5	5	5	1	4	1	1	1	2	1	5	4	5	64
20	DELIA ANGGRAINI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	3	4	5	78
21	Lenurhaliza	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	4	2	4	4	90
22	Widi Hastuti	5	2	5	2	4	2	5	2	5	2	2	2	4	2	2	5	4	3	2	4	4	68
23	Chici Imelda Sari	4	3	5	3	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	2	4	4	62
24	Arimbi	4	1	5	5	1	5	4	5	5	2	5	4	5	5	1	1	2	5	3	4	4	76
25	Avika azizah	5	1	1	5	3	3	4	1	4	2	1	5	1	1	5	2	3	1	4	4	4	60
26	Annisa Dwi Khai Yasmin	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	1	1	1	3	5	4	4	63
27	gia suhanda putri	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	3	2	2	4	4	75
28	Ayu Dia Puspitasari	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	77
29	Safira Hilmiyani	4	4	5	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	3	5	3	4	5	5	72

30	Devi Winata	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	5	1	5	4	5	58	
31	DINDA SEPTIANA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	5	81		
32	Wirdatul Nikma	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	3	5	5	1	5	75
33	Fitria delima	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	2	3	1	1	5	77	
34	Nabila Maharani	5	1	5	1	5	1	1	1	5	1	1	1	5	1	1	1	4	5	4	2	5	56
35	Nabila Maharani	5	1	5	1	5	5	1	4	1	1	5	1	5	1	1	1	5	4	1	3	5	61
36	FITRI DIANA	4	2	5	2	2	1	2	2	4	4	4	3	1	2	1	1	4	2	2	4	5	57
37	Deby atikah	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	2	1	3	1	5	72
38	Nurul Daffa	5	3	5	3	3	1	1	3	5	3	1	4	1	4	3	1	1	3	2	4	5	61
39	Halimatu Syakdiah	4	4	5	1	3	3	3	4	3	2	2	1	3	1	1	1	2	5	3	5	5	61
40	Mirna Hasibuan	5	3	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	5	4	1	3	3	2	1	5	72
41	Sri rahayu angraini	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	3	2	2	1	5	52
42	Elsa tiara	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	1	4	1	2	2	5	70
43	Lily Trikoryanti	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	4	3	2	3	72
44	Melati Socika Putri	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	3	2	4	2	3	70
45	Annisa Pratiwi	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	1	2	1	71
46	Rahma Dinda	4	2	5	1	5	1	2	3	5	1	1	1	2	1	1	5	6	5	1	3	2	57
47	Titi Alayda Marta	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	4	3	3	2	76
48	DIAN RAHMAWATI	3	2	5	3	2	5	3	5	5	5	4	3	3	5	2	5	3	5	4	1	3	76
49	Putri wulandari	5	3	3	2	3	4	3	3	2	5	4	3	4	1	2	5	4	4	5	1	1	67
50	Viona Amalina	4	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	2	4	4	5	6	1	3	1	1	76
51	Tiara putri	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	6	3	3	5	2	74
52	Lala Raudatul Salamah	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	2	5	6	2	4	5	4	75
53	Ananta	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	5	7	4	4	5	3	82
54	Azzahra	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	5	1	2	5	5	4	73
55	Nuraina	4	3	5	3	3	3	2	4	3	3	1	4	4	2	4	5	2	5	4	5	5	74
56	Putri rahmayani	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	5	2	2	79
57	Adela mailani	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	3	3	2	2	75
58	Sofiyanti	1	1	1	5	1	1	1	4	1	1	1	1	3	3	5	4	1	2	5	1	2	45
59	Siti Zahratul Hasanah	2	3	5	1	3	5	5	5	4	3	5	3	4	5	1	4	4	4	2	1	2	71

LAMPIRAN 4

UJI VALIDITAS (ANGKET UJI COBA) VARIABEL X (KELOMPOK REFERENSI)

		Correlations																		
		VAR000001	VAR000002	VAR000003	VAR000004	VAR000005	VAR000006	VAR000007	VAR000008	VAR000009	VAR000010	VAR000011	VAR000012	VAR000013	VAR000014	VAR000015	VAR000016	VAR000017	VAR000018	
VAR000001	Pearson Correlation	1	.629**	.565**	.491**	.394*	.546**	.620**	.429*	.411*	.365*	.377*	.223	.353	.244	.499**	.394*	.490**		
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.006	.031	.002	.000	.018	.024	.047	.040	.237	.055	.193	.005	.031	.006		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
VAR000002	Pearson Correlation	.659**	1	.690**	.667**	.466**	.263	.504**	.465**	.413*	.436*	.225	.181	.072	.490**	.379*	.321	.237	.534**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.009	.161	.004	.010	.023	.016	.233	.337	.705	.006	.039	.084	.207	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000003	Pearson Correlation	.629**	.690**	1	.803**	.639**	.482**	.748**	.448*	.494**	.358	.311	.457*	.271	.294	.370*	.401*	.446*	.518**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.007	.000	.013	.006	.052	.095	.011	.147	.115	.044	.028	.014	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000004	Pearson Correlation	.565**	.803**	.803**	1	.477**	.394*	.411*	.497**	.613**	.507**	.285	.447*	.350	.279	.222	.255	.450*	.493**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.008	.031	.024	.005	.000	.004	.127	.013	.058	.136	.239	.173	.013	.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000005	Pearson Correlation	.565**	.667**	.803**	.803**	1	.477**	.394*	.411*	.497**	.613**	.507**	.285	.447*	.350	.279	.222	.255	.450*	.488**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.024	.007	.012	.012	.048	.162	.045	.004	.080	.029	.009	.001	.039	.007		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000006	Pearson Correlation	.365**	.311	.285	.285	.075	.336	.368*	.634**	.671**	.824**	1	.652**	.497**	.375*	.425*	.698**	.626**	.553**	
	Sig. (2-tailed)	.005	.311	.285	.285	.075	.336	.368*	.634**	.671**	.824**	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

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

UJI VALIDITAS (ANGKET UJI COBA) VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
VAR00001 Pearson Correlation	1	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.022	.087	.056	.064	.003	.058	.566	.000	.004	.012	.008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002 Pearson Correlation		1	.749**	.656**	.335	.358	.349	.288	.392*	.629**	.168	.515**	.550**	.217	.593
Sig. (2-tailed)			.000	.001	.016	.000	.000	.000	.005	.058	.571	.000	.000	.000	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003 Pearson Correlation			1	.562**	.417*	.318	.352	.343	.521**	.350	-.109	.602**	.512**	.452*	.475**
Sig. (2-tailed)				.001	.022	.087	.056	.064	.003	.058	.566	.000	.004	.012	.008
N			30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004 Pearson Correlation				1	.434*	.611**	.632**	.800**	.500**	.350	.108	.636**	.646**	.672**	.640**
Sig. (2-tailed)					.016	.000	.000	.000	.005	.058	.571	.000	.000	.000	.000
N				30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005 Pearson Correlation					1	.314	.739**	.454*	.561**	.201	.103	.398*	.334	.516**	.799
Sig. (2-tailed)						.058	.000	.000	.000	.376	.468	.070	.185	.001	.012
N						30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak diperbolehkan untuk tujuan komersial, promosi, iklan, atau publikasi lainnya.
 Dilarang mengumumkannya atau memperjualbelikannya.

VAR00006	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007	Pearson Correlation	.318	.611**	.314	1	.350	.487**	.296	.472**	.263	.709**	.731**	.621**	.640**
VAR00008	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.091		.058	.006	.112	.008	.161	.000	.000	.000	.000
VAR00009	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00010	Pearson Correlation	.349	.632**	.739**	.350	1	.670**	.657**	.168	.138	.335	.249	.586**	.416*
VAR00011	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.000	.058		.000	.000	.376	.468	.070	.185	.001	.022
VAR00012	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00013	Pearson Correlation	.288	.343	.800**	.454*	.487**	.670**	1	.427*	.168	.269	.473**	.387*	.680**
VAR00014	Sig. (2-tailed)	.123	.064	.000	.012	.006	.000		.019	.376	.151	.008	.034	.000
VAR00015	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00016	Pearson Correlation	.392*	.21**	.500**	.561**	.296	.657**	.427*	1	-.169	-.093	.375*	.300	.492**
VAR00017	Sig. (2-tailed)	.032	.003	.005	.001	.112	.000	.019		.371	.626	.041	.107	.006
VAR00018	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	.629**	.350	.350	.201	.472**	.168	.168	-.169	1	.388*	.406*	.359	.042
VAR00020	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.058	.286	.008	.376	.376	.371		.034	.026	.052	.827
VAR00021	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00022	Pearson Correlation	.168	.109	.108	.103	.263	.138	.269	-.093	.388*	1	-.193	-.084	0,000
VAR00023	Sig. (2-tailed)													.000
VAR00024	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00025	Pearson Correlation													-.099
VAR00026	Sig. (2-tailed)													
VAR00027	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00028	Pearson Correlation													
VAR00029	Sig. (2-tailed)													
VAR00030	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00031	Pearson Correlation													
VAR00032	Sig. (2-tailed)													
VAR00033	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00034	Pearson Correlation													
VAR00035	Sig. (2-tailed)													
VAR00036	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00037	Pearson Correlation													
VAR00038	Sig. (2-tailed)													
VAR00039	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00040	Pearson Correlation													
VAR00041	Sig. (2-tailed)													
VAR00042	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00043	Pearson Correlation													
VAR00044	Sig. (2-tailed)													
VAR00045	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00046	Pearson Correlation													
VAR00047	Sig. (2-tailed)													
VAR00048	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00049	Pearson Correlation													
VAR00050	Sig. (2-tailed)													

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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 diperbolehkan untuk tujuan komersial, yaitu untuk memperoleh keuntungan.
 Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

011	Correlation Sig. (2-tailed)	3,34	,566	,571	,587	,161	,468	,151	,626	,034	,307	,659	1,000	,604
VAR00	Pearson N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
012	Correlation Sig. (2-tailed)	1,15	,602**	,636**	,398*	,709**	,335	,473**	,375*	,406*	-,193	1	,897**	,624**
VAR00	Pearson N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
013	Correlation Sig. (2-tailed)	1,96	,512**	,646**	,334	,731**	,249	,387*	,300	,359	-,084	,897**	1	,669**
VAR00	Pearson N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
014	Correlation Sig. (2-tailed)	1,66	,452*	,672**	,516**	,621**	,586**	,680**	,492**	,042	0,000	,624**	,669**	1
VAR00	Pearson N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
015	Correlation Sig. (2-tailed)	1,41	,82**	,640**	,299	,640**	,416*	,670**	,492**	,080	-,099	,748**	,737**	,863**
VAR00	Pearson N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



LAMPIRAN 5

RELIABILITAS KELOMPOK REFRENSI (X)

Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	18

RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,908	15

- Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Seluruh karya tulis ini adalah anceran dan tidak dapat diterbitkan dan digunakan sumber:
- Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 6

UJI VALIDITAS KELOMPOK REERENSI (X)

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018
VAR00001 Pearson Correlation	1	.749**	.779**	.803**	.798**	.653**	.473**	.577**	.417**	.574**	.664**	.591**	.651**	.513**	.648**	.665**	.813**	.689**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
VAR00002 Pearson Correlation	.749**	1	.780**	.660**	.589**	.426**	.393**	.489**	.438**	.480**	.633**	.463**	.554**	.407**	.521**	.571**	.850**	.736**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
VAR00003 Pearson Correlation	.779**	.780**	1	.774**	.732**	.564**	.581**	.629**	.496**	.519**	.732**	.594**	.647**	.486**	.573**	.611**	.826**	.636**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
VAR00004 Pearson Correlation	.803**	.660**	.774**	1	.839**	.606**	.526**	.611**	.447**	.512**	.633**	.438**	.568**	.500**	.602**	.564**	.653**	.737**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
VAR00005 Pearson Correlation	.798**	.589**	.732**	.839**	1	.616**	.437**	.518**	.320**	.417**	.572**	.408**	.513**	.381**	.541**	.513**	.655**	.602**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,006	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000

Hak cipta milik UIN
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya sebagai terjemahan dari terjemahan ini dalam bentuk apa pun tanpa izin UIN Suska Riau.

VAR00006	Pearson Correlation	.653**	.64**	.606**	.616**	1	.574**	.557**	.540**	.658**	.602**	.607**	.691**	.577**	.760**	.765**	.457**	.452**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
VAR00007	Pearson Correlation	.473**	.581**	.526**	.437**	.574**	1	.677**	.651**	.475**	.599**	.654**	.630**	.675**	.688**	.599**	.388**	.448**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
VAR00008	Pearson Correlation	.577**	.629**	.611**	.518**	.557**	.677**	1	.716**	.547**	.709**	.694**	.727**	.763**	.736**	.649**	.601**	.539**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
VAR00009	Pearson Correlation	.417**	.43**	.496**	.447**	.320**	.540**	.651**	.716**	1	.591**	.699**	.616**	.700**	.676**	.701**	.634**	.470**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
VAR00010	Pearson Correlation	.574**	.48**	.519**	.512**	.417**	.658**	.475**	.547**	.591**	1	.720**	.601**	.688**	.571**	.688**	.670**	.492**	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
VAR00011	Pearson Correlation	.664**	.63**	.732**	.633**	.572**	.602**	.599**	.709**	.699**	.720**	1	.758**	.894**	.742**	.753**	.747**	.694**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif K

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

VAR0012	Pearson Correlation	.591**	.94**	.438**	.408**	.607**	.654**	.694**	.616**	.601**	.758**	1	.844**	.791**	.704**	.665**	.555**	.428**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
VAR0013	Pearson Correlation	.651**	.647**	.568**	.513**	.691**	.630**	.727**	.700**	.688**	.894**	.844**	1	.787**	.798**	.815**	.598**	.505**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
VAR0014	Pearson Correlation	.513**	.486**	.500**	.381**	.577**	.675**	.763**	.676**	.571**	.742**	.791**	.787**	1	.848**	.697**	.413**	.487**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
VAR0015	Pearson Correlation	.648**	.573**	.602**	.541**	.760**	.688**	.736**	.701**	.688**	.753**	.704**	.798**	.848**	1	.817**	.506**	.525**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
VAR0016	Pearson Correlation	.665**	.611**	.564**	.513**	.765**	.599**	.649**	.634**	.670**	.747**	.665**	.815**	.697**	.817**	1	.583**	.447**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
VAR0017	Pearson Correlation	.813**	.85**	.826**	.653**	.655**	.457**	.388**	.601**	.470**	.492**	.694**	.555**	.598**	.413**	.506**	.583**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

VAR0018	Pearson Correlation	.689**	.737**	.602**	.452**	.448**	.539**	.504**	.485**	.567**	.428**	.505**	.487**	.525**	.447**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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



UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

	VAR0001	VAR0002	VAR0003	VAR0004	VAR0005	VAR0006	VAR0007	VAR0008	VAR0009	VAR0010	VAR0011	VAR0012	VAR0013	VAR0014	VAR0015
VAR0001 Pearson Correlation	1														
Sig. (2-tailed)															
N	73														
VAR0002 Pearson Correlation		1													
Sig. (2-tailed)															
N	73	73													
VAR0003 Pearson Correlation			1												
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73												
VAR0004 Pearson Correlation				1											
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73											
VAR0005 Pearson Correlation					1										
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73										
VAR0006 Pearson Correlation						1									
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73									
VAR0007 Pearson Correlation							1								
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73								
VAR0008 Pearson Correlation								1							
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73							
VAR0009 Pearson Correlation									1						
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73						
VAR0010 Pearson Correlation										1					
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73					
VAR0011 Pearson Correlation											1				
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73				
VAR0012 Pearson Correlation												1			
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73			
VAR0013 Pearson Correlation													1		
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73		
VAR0014 Pearson Correlation														1	
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	
VAR0015 Pearson Correlation															1
Sig. (2-tailed)															
N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 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 nama atau nama lembaga pengarang dan penerbit.
 Dilarang mengumumkan dan memperjualbelikan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VAR000	Pearson	12	Correlati on Sig. (2- tailed) N	0,66 4,9 73	0,92 ,438 73	,697** ,000 73	,208 ,077 73	,413** ,000 73	,508** ,000 73	,117 ,323 73	,223 ,058 73	,500** ,000 73	,353** ,002 73	1 ,816 73	,028 ,000 73	,641** ,000 73	,482** ,000 73	
VAR000	Pearson	13	Correlati on Sig. (2- tailed) N	0,66 4,9 73	0,216 ,348** 73	,151 ,066 73	,387** ,203 73	,549** ,000 73	,364** ,002 73	,492** ,000 73	,158 ,183 73	,193 ,102 73	,478** ,000 73	,028 ,816 73	1 ,252 73	,136 ,007 73	,316** ,007 73	
VAR000	Pearson	14	Correlati on Sig. (2- tailed) N	0,66 4,9 73	0,98** ,000 73	-,081 ,497 73	,600** ,000 73	-,007 ,950 73	,494** ,000 73	,358** ,002 73	,421** ,000 73	,130 ,273 73	,409** ,000 73	,379** ,001 73	,641** ,000 73	,136 ,252 73	1 ,002 73	,365** ,002 73
VAR000	Pearson	15	Correlati on Sig. (2- tailed) N	0,66 4,9 73	0,98** ,000 73	-,123 ,302 73	,705** ,000 73	,277** ,018 73	,392** ,001 73	,367** ,001 73	,195 ,099 73	,038 ,752 73	,338** ,003 73	,208 ,078 73	,482** ,000 73	,316** ,007 73	,365** ,002 73	1 ,002 73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak cipta dilindungi Undang-Undang
 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 mengikat kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Dilarang mengumumkani dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 7

RELIABILITAS KELOMPOK REFERENSI (X)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	73	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	73	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	19

RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	73	100,0
Excluded ^a	0	0,0
Total	73	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	16

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi atau sebarkan atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan ini, dan menyalin, menduplikasi atau sebarkan atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan ini.
- 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.

LAMPIRAN 8

PERUBAHAN DATA ORDINAL KE INTERVAL VARIABEL X DAN Y

$$\text{Rumus: } T_i = 50 + 10 (X_i - X) / SD$$

Keterangan:

X_i = Variabel Data Ordinal,

X = Mean (rata-rata),

SD = Standar Deviasi.

Responden	Kelompok Referensi (X)			Data Interval 50+10 (X _i -X(mean))/SD
	X _i	X (Mean)	SD	
1	72	67,99	13,146	53,05
2	61	67,99	13,146	44,68
3	72	67,99	13,146	53,05
4	55	67,99	13,146	40,12
5	67	67,99	13,146	49,25
6	70	67,99	13,146	51,53
7	66	67,99	13,146	48,49
8	72	67,99	13,146	53,05
9	73	67,99	13,146	53,81
10	77	67,99	13,146	56,85
11	65	67,99	13,146	47,72
12	64	67,99	13,146	46,96
13	72	67,99	13,146	53,05
14	90	67,99	13,146	66,74
15	72	67,99	13,146	53,05
16	71	67,99	13,146	52,29
17	89	67,99	13,146	65,98
18	72	67,99	13,146	53,05
19	90	67,99	13,146	66,74
20	67	67,99	13,146	49,25
21	72	67,99	13,146	53,05
22	20	67,99	13,146	13,49
23	54	67,99	13,146	39,36
24	90	67,99	13,146	66,75
25	88	67,99	13,146	65,22
26	88	67,99	13,146	65,22
27	75	67,99	13,146	55,33
28	72	67,99	13,146	53,05
29	81	67,99	13,146	59,9
30	72	67,99	13,146	53,05
31	63	67,99	13,146	46,2

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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

32	72	67,99	13,146	53,05
33	64	67,99	13,146	46,96
34	67	67,99	13,146	49,25
35	77	67,99	13,146	56,85
36	76	67,99	13,146	56,09
37	42	67,99	13,146	30,23
38	71	67,99	13,146	52,29
39	62	67,99	13,146	45,44
40	72	67,99	13,146	53,05
41	71	67,99	13,146	52,29
42	76	67,99	13,146	56,09
43	39	67,99	13,146	27,95
44	44	67,99	13,146	31,75
45	78	67,99	13,146	57,61
46	70	67,99	13,146	51,53
47	57	67,99	13,146	41,64
48	67	67,99	13,146	49,25
49	71	67,99	13,146	52,29
50	49	67,99	13,146	35,55
51	65	67,99	13,146	47,72
52	71	67,99	13,146	52,29
53	62	67,99	13,146	45,44
54	62	67,99	13,146	45,44
55	72	67,99	13,146	53,05
56	53	67,99	13,146	38,6
57	72	67,99	13,146	53,05
58	75	67,99	13,146	55,33
59	71	67,99	13,146	52,29
60	83	67,99	13,146	61,42
61	70	67,99	13,146	51,53
62	90	67,99	13,146	66,74
63	75	67,99	13,146	55,33
64	69	67,99	13,146	50,77
65	57	67,99	13,146	41,64
66	47	67,99	13,146	34,03
67	62	67,99	13,146	45,44
68	81	67,99	13,146	59,9
69	55	67,99	13,146	40,12
70	34	67,99	13,146	24,14
71	69	67,99	13,146	50,77
72	55	67,99	13,146	40,12
73	76	67,99	13,146	56,09



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

- 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.

Responden	Keputusan Pembelian (Y)			Data Interval 50+10 (Xi-X(mean))/SD
	Xi	X (Mean)	SD	
1	60	50,68	10,188	59,15
2	60	50,68	10,188	59,15
3	57	50,68	10,188	56,2
4	51	50,68	10,188	50,31
5	65	50,68	10,188	64,05
6	46	50,68	10,188	45,41
7	45	50,68	10,188	45,41
8	53	50,68	10,188	52,28
9	38	50,68	10,188	37,55
10	53	50,68	10,188	52,28
11	36	50,68	10,188	35,59
12	55	50,68	10,188	54,24
13	61	50,68	10,188	60,13
14	44	50,68	10,188	43,44
15	60	50,68	10,188	59,15
16	59	50,68	10,188	58,17
17	53	50,68	10,188	52,28
18	44	50,68	10,188	43,44
19	75	50,68	10,188	73,87
20	54	50,68	10,188	53,26
21	32	50,68	10,188	31,66
22	21	50,68	10,188	20,87
23	45	50,68	10,188	45,41
24	46	50,68	10,188	45,41
25	60	50,68	10,188	59,15
26	71	50,68	10,188	69,94
27	46	50,68	10,188	45,41
28	42	50,68	10,188	41,48
29	57	50,68	10,188	56,2
30	60	50,68	10,188	59,15
31	42	50,68	10,188	41,48
32	60	50,68	10,188	59,15
33	45	50,68	10,188	45,41
34	35	50,68	10,188	34,61
35	48	50,68	10,188	47,37
36	59	50,68	10,188	58,17
37	56	50,68	10,188	55,22
38	47	50,68	10,188	46,39
39	36	50,68	10,188	35,59
40	60	50,68	10,188	59,15



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

41	55	50,68	10,188	54,24
42	64	50,68	10,188	63,07
43	35	50,68	10,188	34,61
44	42	50,68	10,188	41,48
45	39	50,68	10,188	38,53
46	59	50,68	10,188	58,17
47	45	50,68	10,188	45,41
48	40	50,68	10,188	39,52
49	57	50,68	10,188	56,2
50	38	50,68	10,188	37,55
51	55	50,68	10,188	54,24
52	52	50,68	10,188	51,29
53	51	50,68	10,188	50,31
54	54	50,68	10,188	53,26
55	60	50,68	10,188	59,15
56	35	50,68	10,188	34,61
57	58	50,68	10,188	57,18
58	55	50,68	10,188	54,24
59	47	50,68	10,188	46,39
60	59	50,68	10,188	58,17
61	50	50,68	10,188	49,33
62	61	50,68	10,188	60,13
63	49	50,68	10,188	48,35
64	54	50,68	10,188	53,26
65	51	50,68	10,188	50,31
66	55	50,68	10,188	54,24
67	48	50,68	10,188	47,37
68	60	50,68	10,188	59,15
69	59	50,68	10,188	58,17
70	32	50,68	10,188	31,66
71	60	50,68	10,188	59,15
72	30	50,68	10,188	29,7
73	54	50,68	10,188	53,26



LAMPIRAN 9 OUTPUT SPSS

HASIL UJI ANALISIS DESKRIPTIF KUANTITATIF

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,53971797
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,048
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,464
Asymp. Sig. (2-tailed)		,983

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data Olahan SPSS Versi 21

HASIL UJI LINEARITAS

ANOVA Table						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Kelompok referensi	Between Groups	(Combined) 2820,902	32	88,153	1,992	,020
		Linearity	1	1511,341	34,160	,000
		Deviation from Linearity	1309,561	31	42,244	,955
Within Groups		1769,729	40	44,243		
Total		4590,630	72			

Sumber Data olahan 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 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.

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.73
Std. Deviation	,0000000
Most Extreme Differences Absolute	6,53971797
Positive	,054
Negative	,048
Kolmogorov-Smirnov Z	-,054
Asymp. Sig. (2-tailed)	,464
	,983

Test distribution is Normal.

Calculated from data.

Sumber Data Olahan SPSS Versi 21

HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22,173	3,423		6,477	,000
Kelompok referensi	,343	,058	,574	5,903	,000

Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber Data Olahan SPSS Versi 21

HASIL UJI KOEFESIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	,329	,320	6,586

a. Predictors: (Constant), Kelompok referensi

b. Dependent Variable: keputusan pembelian



LAMPIRAN 10

DATA ANGKET KELOMPOK REFERENSI (X)

RESPONDEN	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18
R1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
R2	3	3	4	4	4	1	4	5	4	1	4	4	4	4	2	2	4	4
R3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R5	3	1	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	1	3
R6	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
R8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R9	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4
R10	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
R11	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
R12	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
R13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
R17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
R18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R20	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
R21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R22	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
R23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5

Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
 Dilarang mengumumkan dan memamerkan hak cipta ini.

R26	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R27	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
R28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R29	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
R30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R31	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	2	3	4	4	3
R32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R33	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
R34	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
R35	4	5	4	3	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
R36	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
R37	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
R38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
R39	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
R40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R41	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R42	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
R43	4	4	3	4	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4
R44	3	4	4	4	4	1	1	2	1	4	3	1	1	1	1	1	4	4
R45	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
R46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
R47	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	3	1	3	1	3	3	4	4
R48	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
R49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
R50	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3
R51	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
R52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
R53	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
R54	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3

R55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R56	2	3	3	3	3	4	5	3	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4
R57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R58	5	5	4	5	5	3	3	4	5	4	4	2	4	3	4	5	5	5
R59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
R60	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
R61	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R63	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
R64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
R65	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R66	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3
R67	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	1	4	5	3
R68	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
R69	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	1	1	2	4	4
R70	2	3	1	1	1	2	1	2	2	3	1	3	2	2	1	2	2	3
R71	5	3	4	4	5	5	4	4	2	4	3	4	4	3	4	5	4	2
R72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
R73	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4



DATA ANGKET KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

RESPONDEN	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
R1	5	5	5	3	5	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3
R2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
R4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3
R5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
R6	5	1	1	5	1	5	1	5	3	3	1	1	4	5	5
R7	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
R8	3	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	3
R9	5	1	5	1	5	2	2	2	2	1	1	1	5	1	4
R10	3	3	5	3	3	4	3	5	5	4	4	2	4	2	3
R11	4	2	4	1	2	2	4	4	4	2	2	1	2	1	1
R12	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4
R13	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
R14	4	3	1	1	3	3	3	5	3	4	4	1	3	5	1
R15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
R17	5	1	5	1	1	5	5	5	5	4	5	1	5	1	4
R18	5	2	5	1	4	2	3	5	5	2	2	1	5	1	1
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R20	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
R21	3	1	4	1	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1
R22	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
R23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R24	2	2	5	1	2	5	2	5	5	5	5	1	4	1	1
R25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R26	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

Hak cipta milik

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar RI.

f Sultan Syarif K

kritik atau tinjauan suatu

Suska Riau.

R27	5	2	5	2	4	2	5	2	5	2	2	2	4	2	2
R28	4	3	5	3	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2
R29	4	1	5	5	1	5	4	5	5	2	5	4	5	5	1
R30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R31	5	1	1	5	3	3	4	1	4	2	1	5	1	1	5
R32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R33	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	1
R34	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2
R35	5	1	5	1	5	3	2	5	5	1	3	1	5	1	5
R36	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
R37	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
R38	4	4	5	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2
R39	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2
R40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R41	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
R42	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
R43	5	1	5	1	5	1	1	1	5	1	1	1	5	1	1
R44	5	1	5	1	5	5	1	4	1	1	5	1	5	1	1
R45	4	2	5	2	2	1	2	2	4	4	4	3	1	2	1
R46	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
R47	5	3	5	3	3	1	1	3	5	3	1	4	1	4	3
R48	4	4	5	1	3	3	3	4	3	2	2	1	3	1	1
R49	5	3	5	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	5	4
R50	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3
R51	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4
R52	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
R53	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3
R54	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
R55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

R56	4	2	5	1	5	1	2	3	5	1	1	1	2	1	1
R57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
R58	3	2	5	3	2	5	3	5	5	5	4	3	3	5	2
R59	5	3	3	2	3	4	3	3	2	5	4	3	4	1	2
R60	4	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	2	4	4
R61	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
R62	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R63	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	2
R64	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3
R65	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3
R66	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
R67	4	3	5	3	3	3	2	4	3	3	1	4	4	2	4
R68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
R70	3	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2
R71	4	5	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4
R72	1	1	1	5	1	1	1	4	1	1	1	1	3	3	5
R73	2	3	5	1	3	5	5	5	4	3	5	3	4	5	1

menyebutkan sumber:

niah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu

dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 11 RESPON MAHASISWA



- 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.

12:48
docs.google.com

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 73 Setelan

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama Mahasiswa/I
73 jawaban

Renaldi
Junaida
Muhammad wildan ainur roziq
Qorry Oktaviani
Lista Ramadeli
Rona Asrita
Suci Anggraini
Dina Wiranda Johnson
Siti nurzanah

12:47
docs.google.com

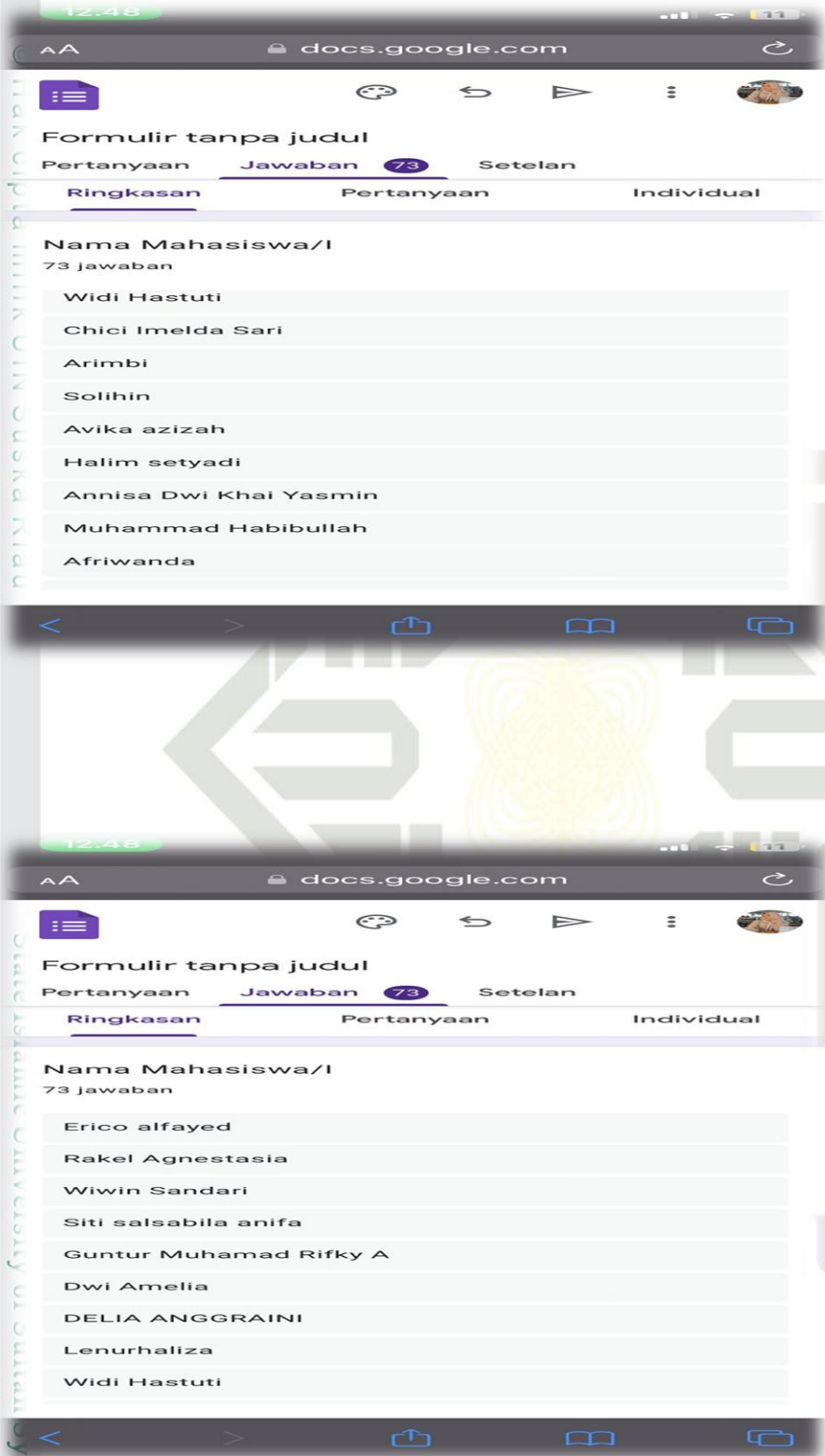
Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 73 Setelan

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama Mahasiswa/I
73 jawaban

Nabila Maharani
Devi Herlinda
NURMA CAHNITA NUGRAHENI
FADIA RAHMA
Rizki Aulia hakim
Devi Fitriani
Riska Dini Wulan Febriana
Bunga Syahliani
Zhatil Hanani Octavia Swid



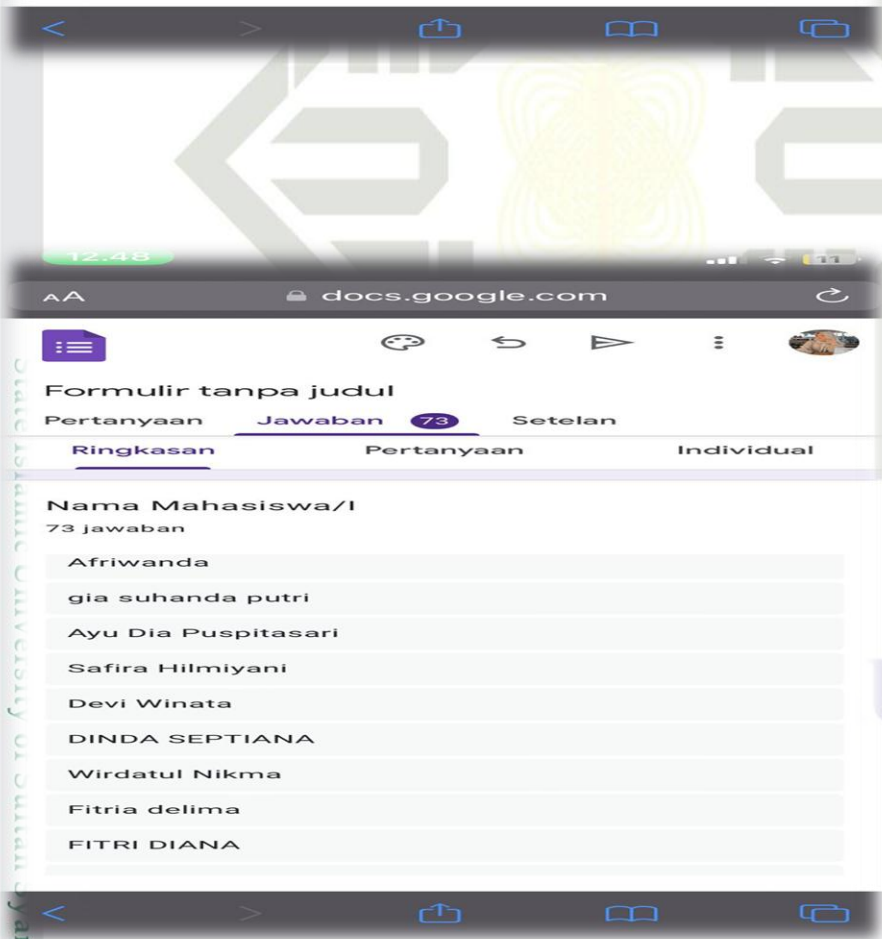
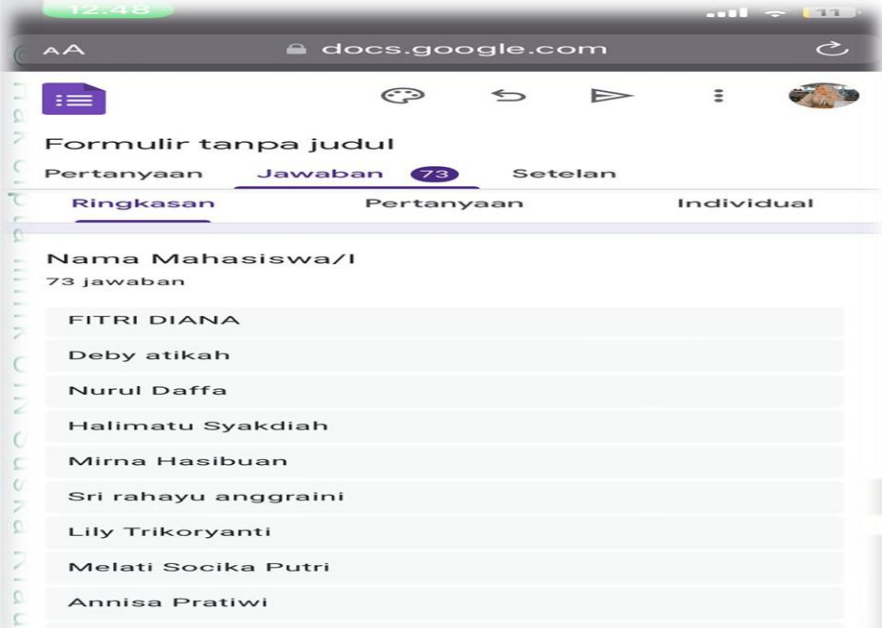
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



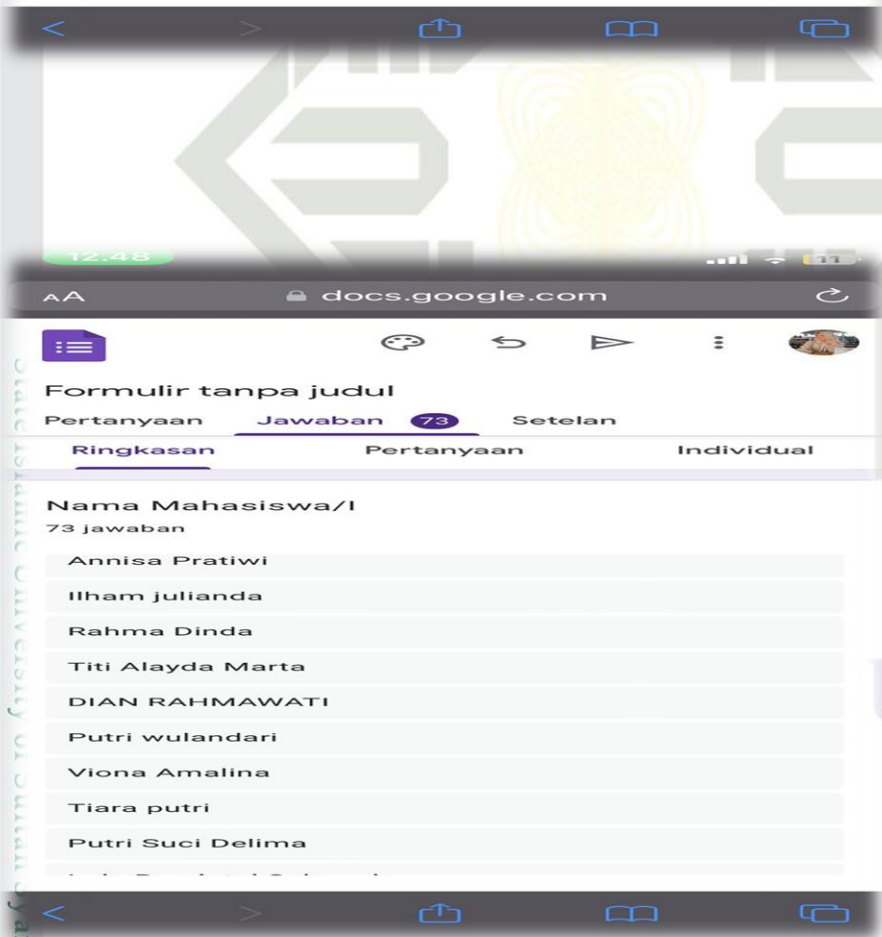
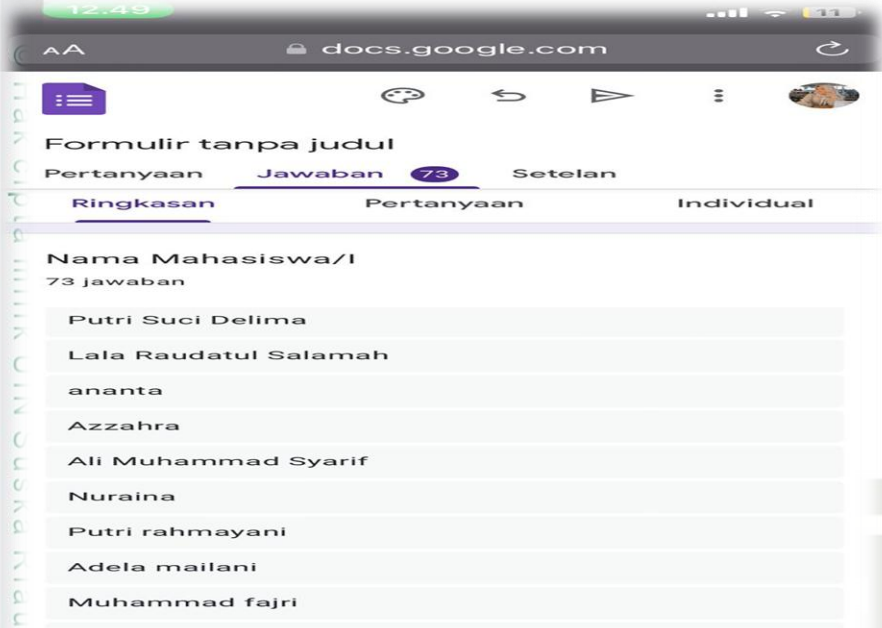
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



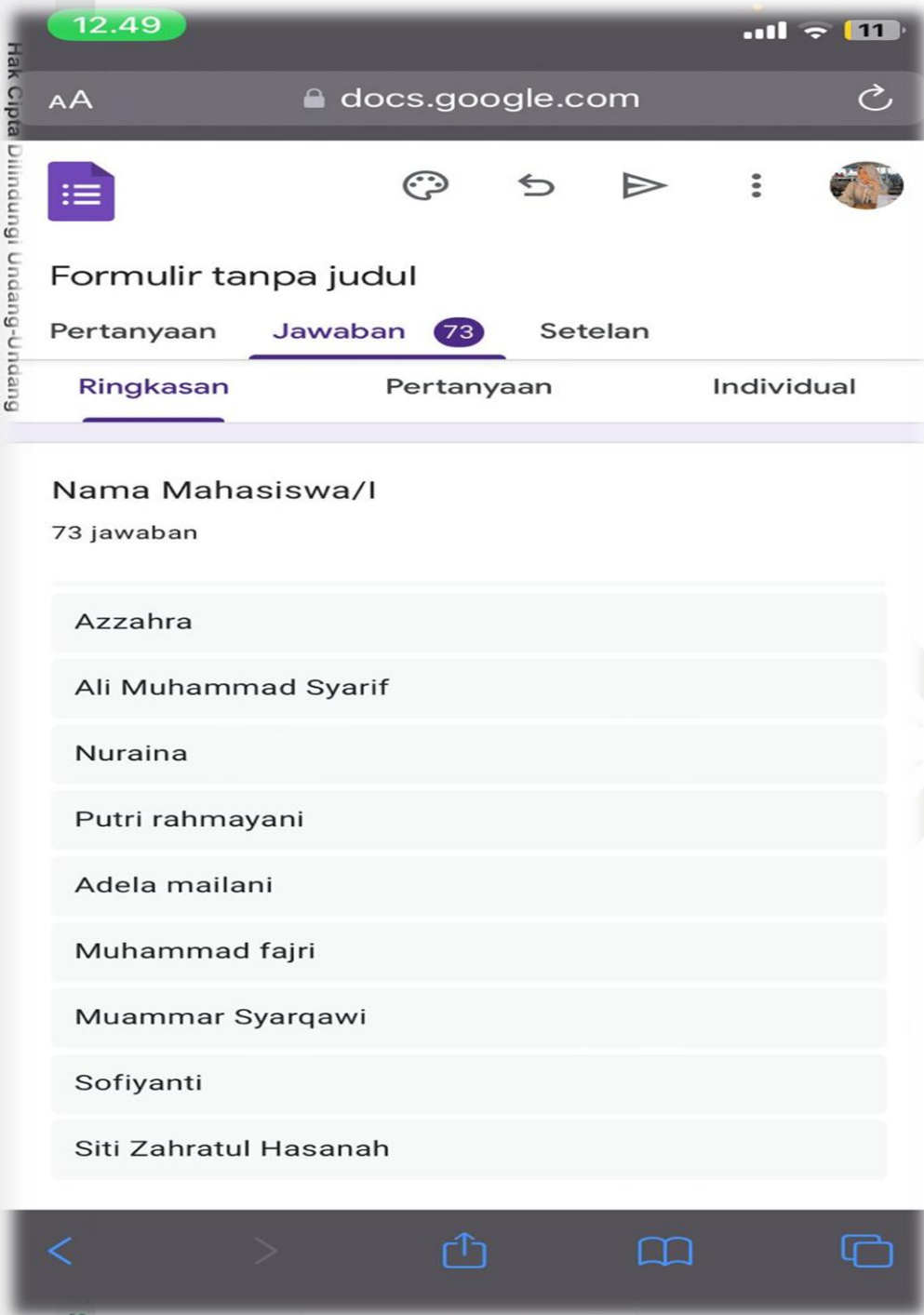
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



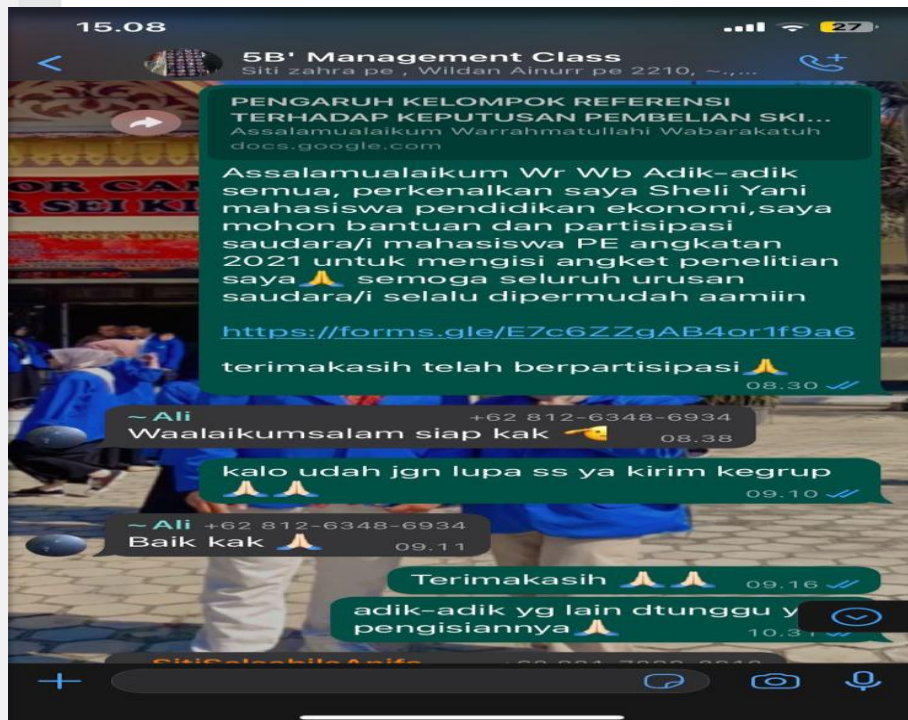


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan 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.



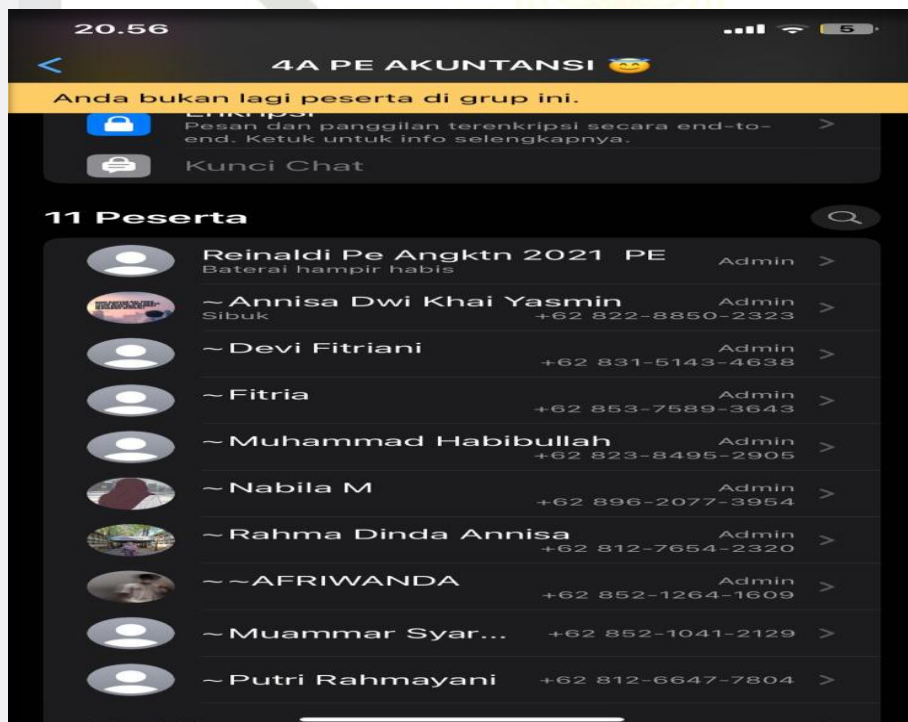


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



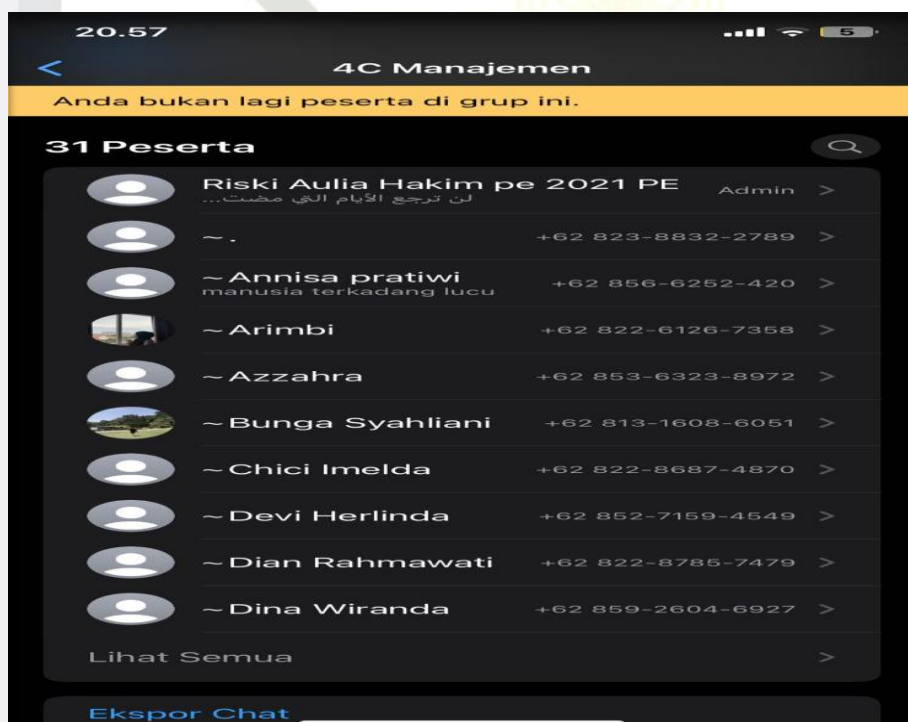


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



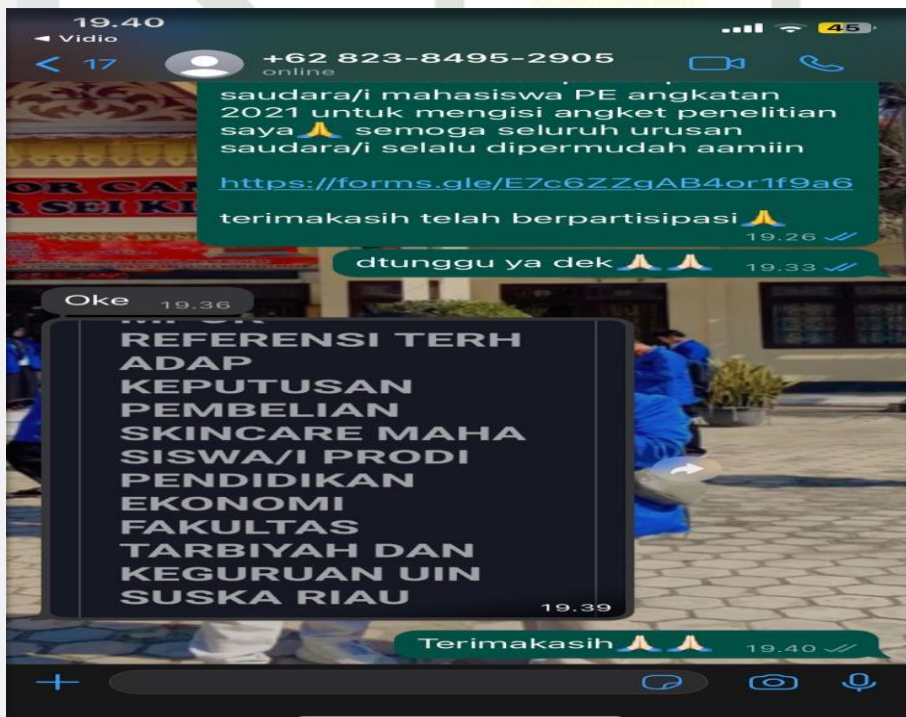
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



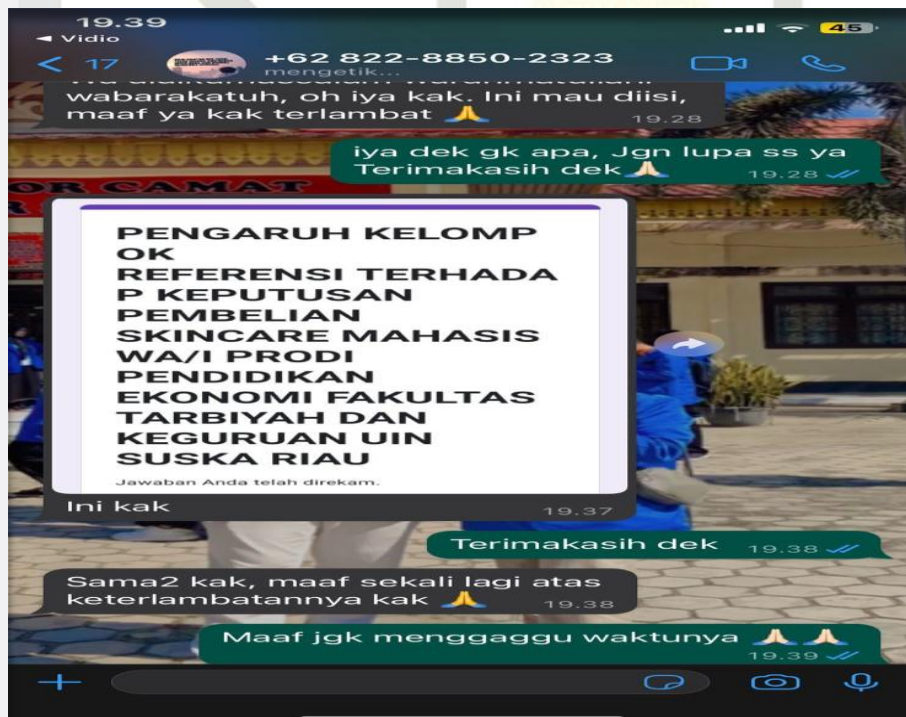


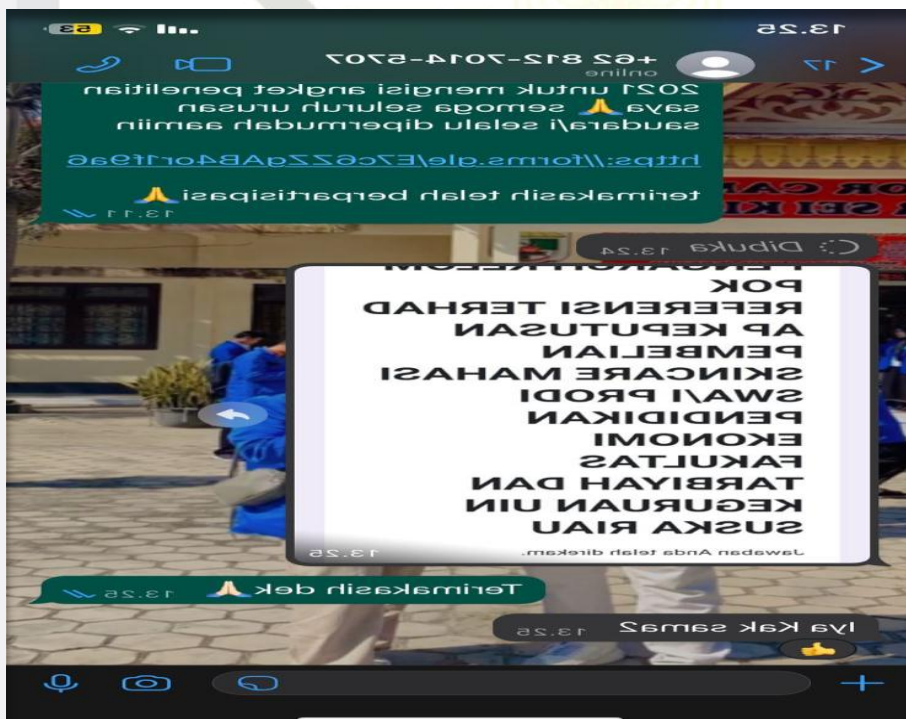
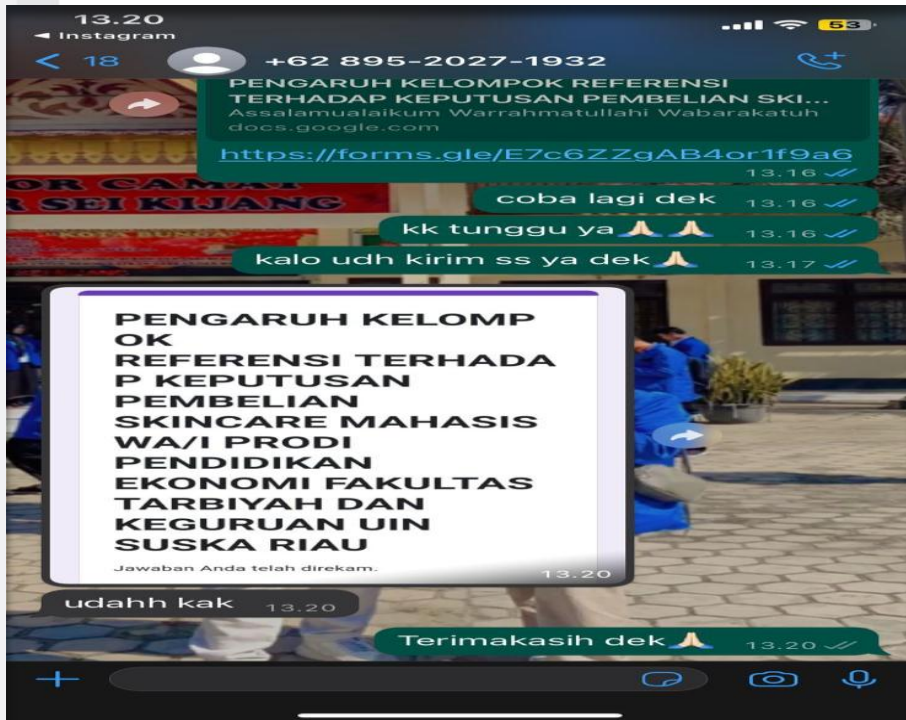
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.





- 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.



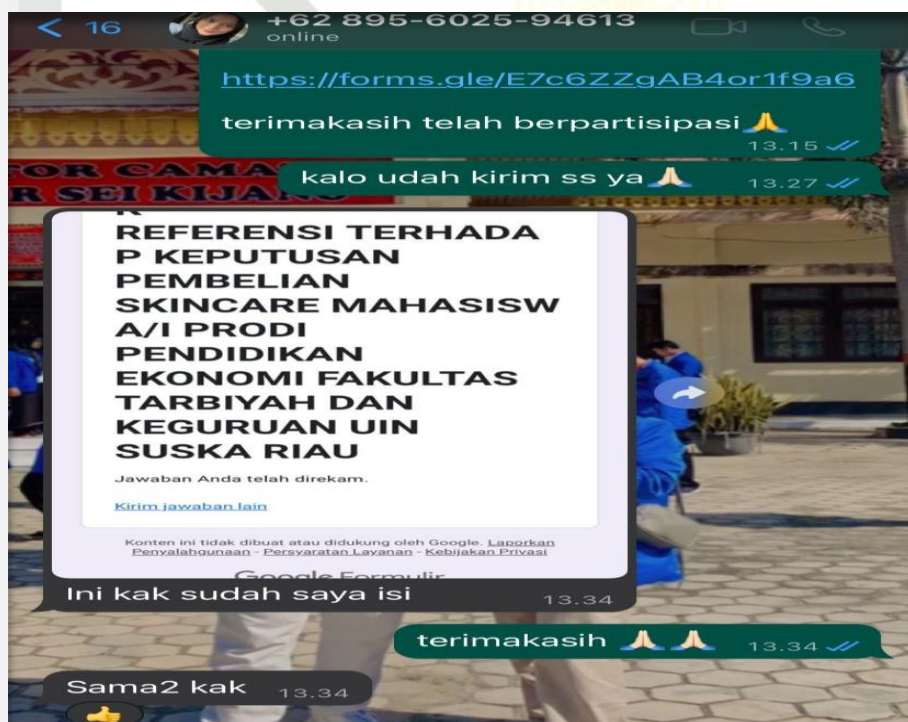
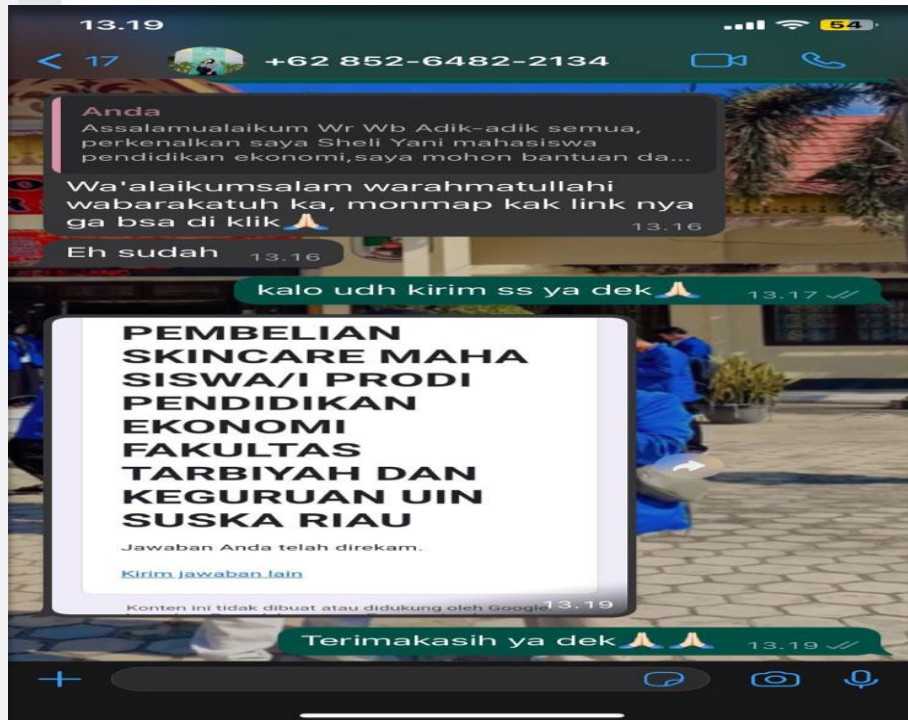


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

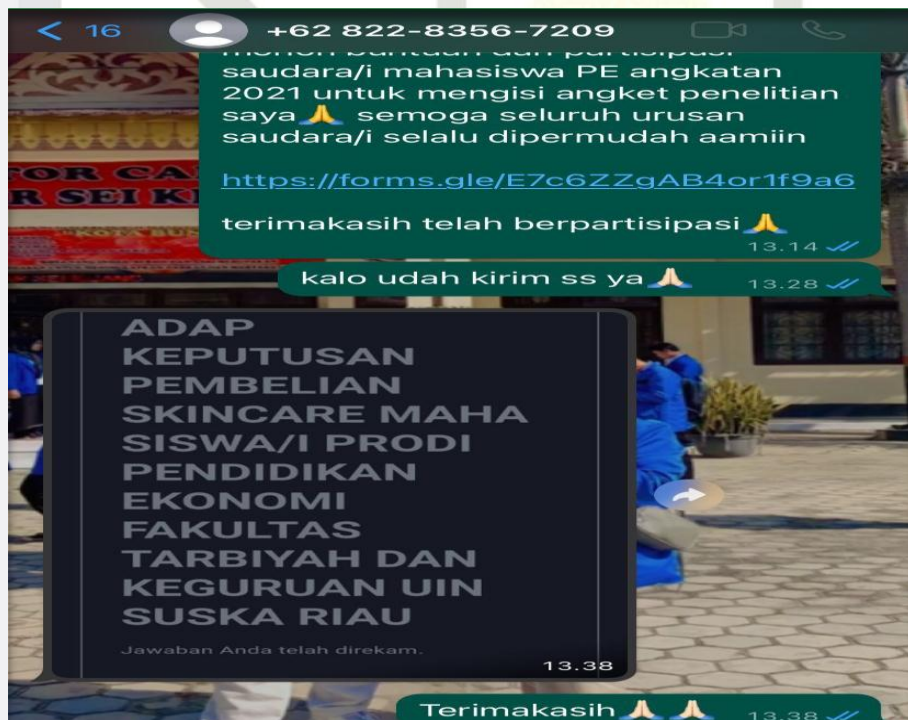
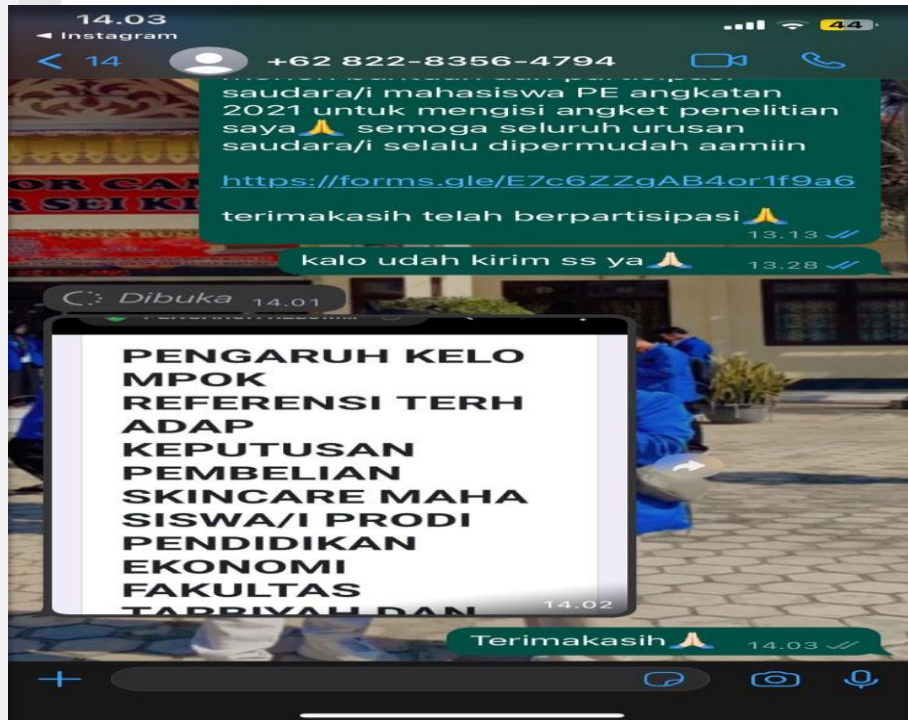


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



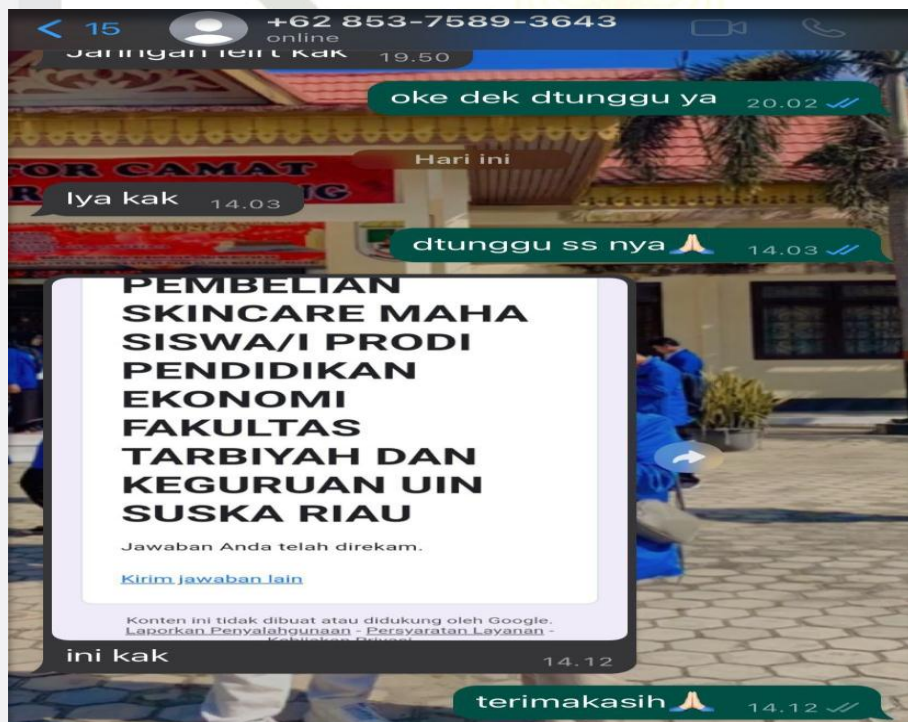
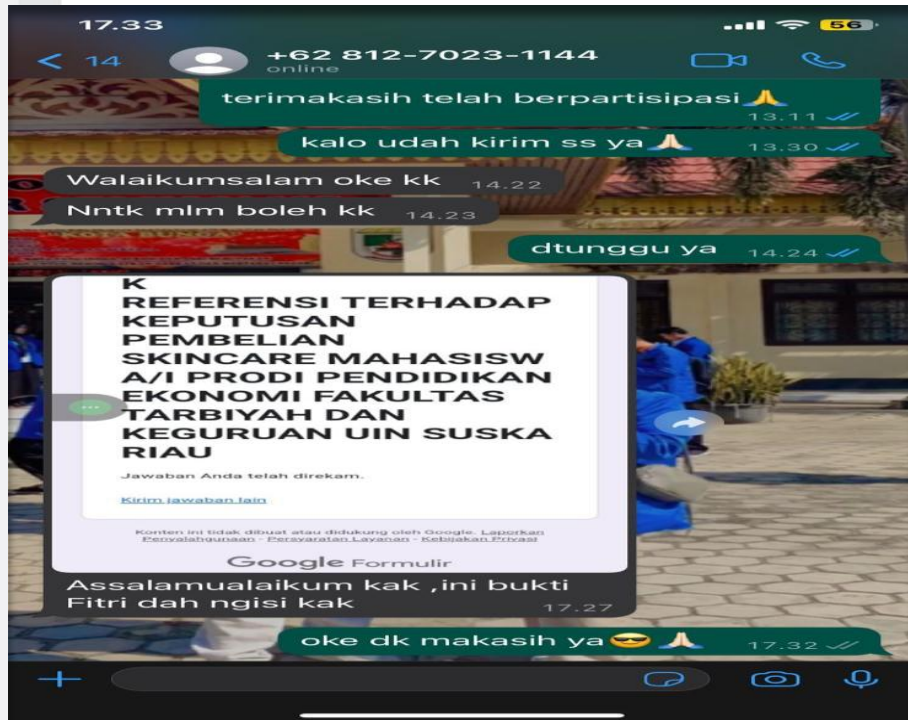


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



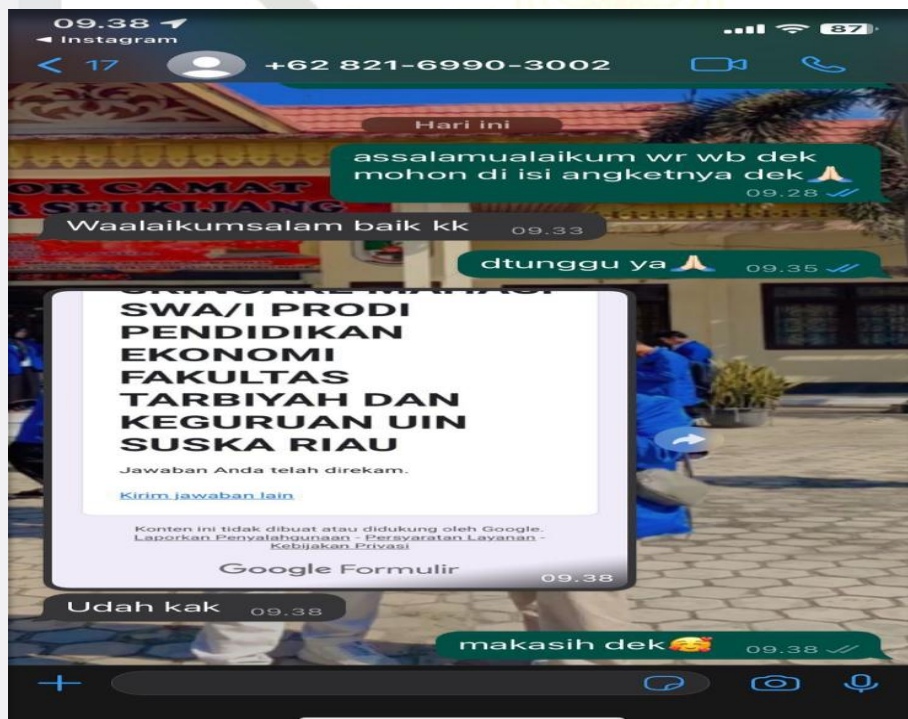
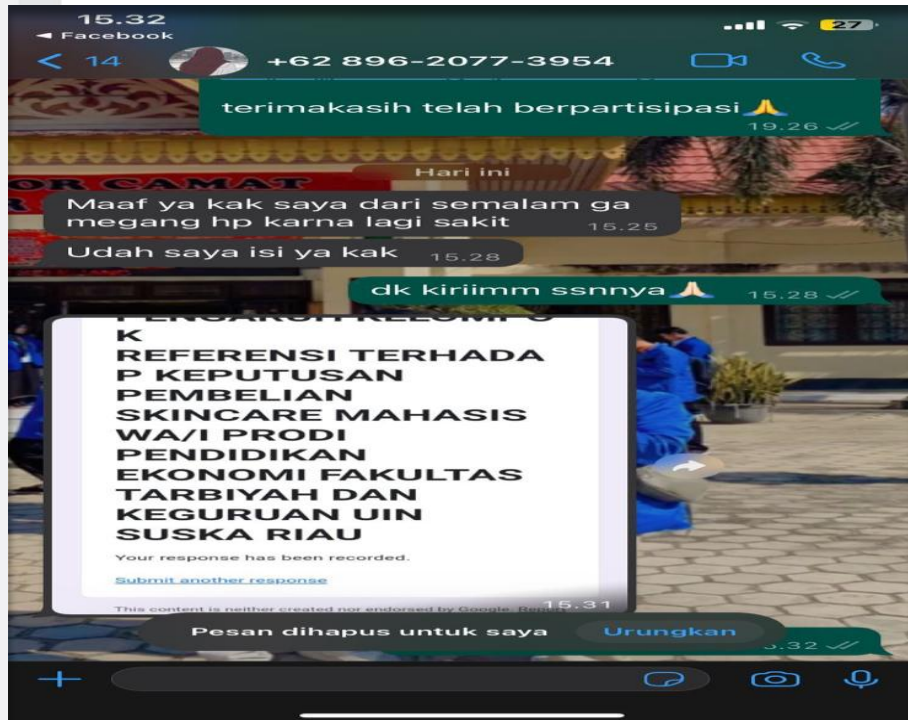


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



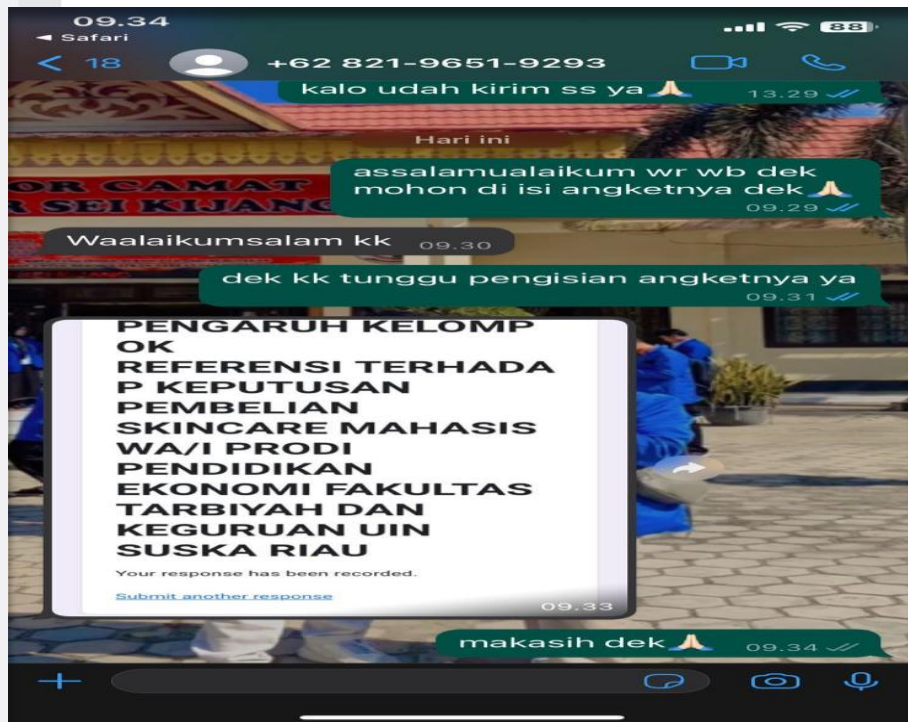


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



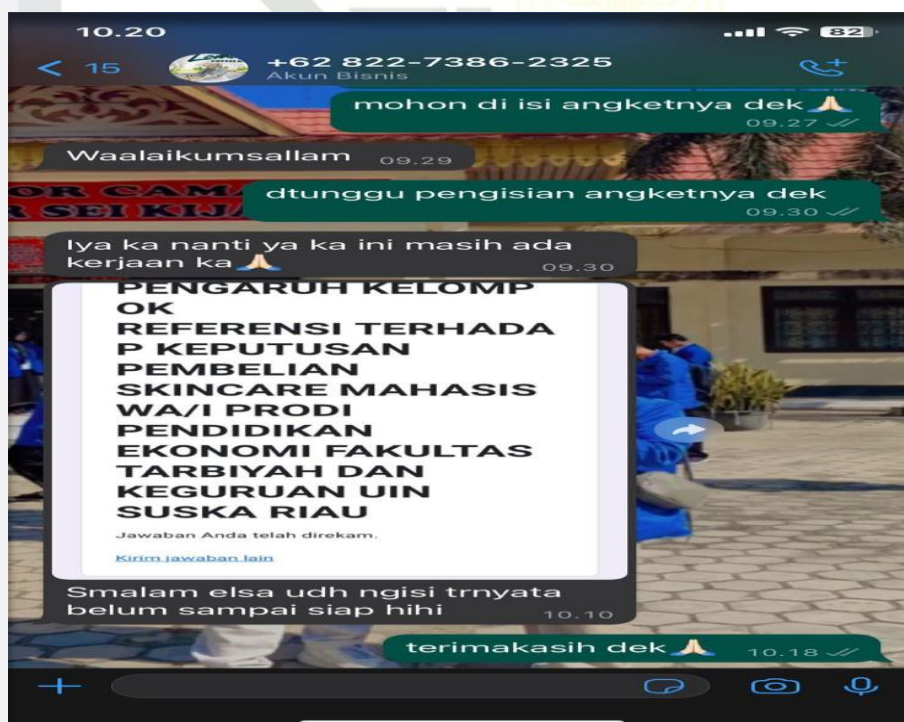
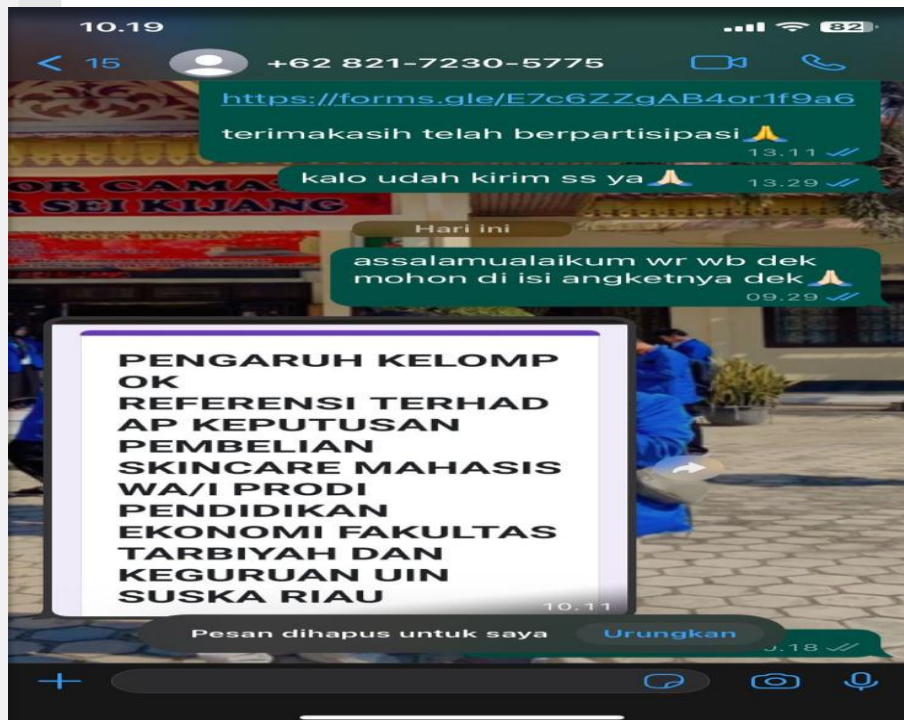


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.



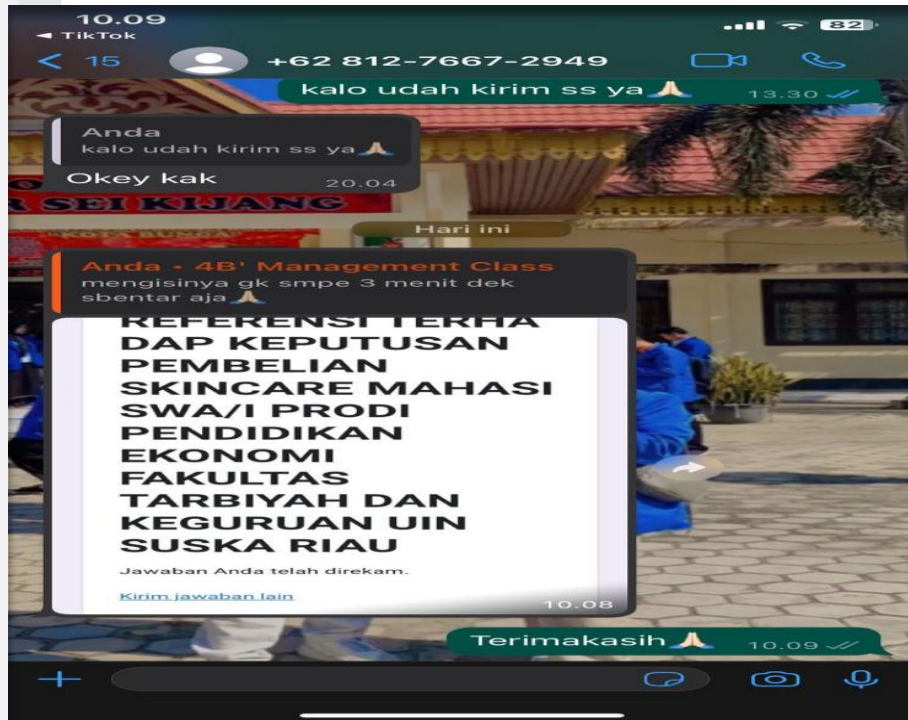


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.





- 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.





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.



PERMOHONAN PWNGESAHAN JUDUL SKRIPSI

Pekanbaru, 22 Oktober 2021

Hal : Permohonan Pengesahan Judul Skripsi

Kepada Yth :

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN SUSKA RIAU

Di Tempat

Assalamualaikum Wr,Wb

Teriring salam dan do'a, semoga bapak dalam lindungan Allah SWT, serta sehat dan dalam menjalankan aktifitas sehari-hari aamiin yarobbal alamin.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SHELI YANI
 Nim : 11910623682
 Jurusan : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
 Semester : V (lima)

Dengan ini mengajukan judul skripsi :

No	JUDUL	KETERANGAN
1	Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Literasi Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi Di UIN SUSKA RIAU	
2	Pengaruh Pemahaman Pembelajaran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kreativitas Berwirausaha Bagi Siswa Kelas XI Di Sekolah Menengah Kejuruan 1 Tembilahan	

Demikian permohonan ini saya ajukan, atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr,Wb

Mengetahui,
 Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi

Ansharulah, S.P.,M.Ec
 NIP.19790707200811017

Hormat Saya,
 Mahasiswa

Sheli Yani
 NIM.11910623682

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

SURAT PERMOHONAN SK PEMBIMBING SKRIPSI

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

Pekanbaru, 22 Oktober 2021

Hal : Permohonan SK Pembimbing Skripsi
Lampiran : (1 Lembar)
Yth.
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Di_Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Dengan Hormat

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SHELI YANI

Nim : 11910623682

Semester : V (lima)

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Dengan ini mengajukan permohonan pembimbing proposal/skripsi dengan judul sebagai berikut : **"PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP LITERASI EKONOMI JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI DI UIN SUSKA RIAU"**

Adapun pembimbing yang direkomendasikan oleh ketua jurusan adalah :

1. Naskah

Sebagai bahan pertimbangan saya lampirkan :

- 1.) Surat Permohonan Pengajuan SK yang disetujui oleh prodi
- 2.) Foto copy lembar disposisi dari prodi
- 3.) Foto copy Kartu Rencana Studi
- 4.) Foto copy Kartu Hasil Studi
- 5.) Foto copy Kartu Mahasiswa
- 6.) Foto copy Sinopsis yang telah di setujui


Demikian permohonan ini saya ajukan, atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr,Wb

Mengetahui,
Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi


Ansharullah, S.P., M.Ec
NIP.19790707200811017

Hormat Saya,
Mahasiswa


Sheli Yani
NIM.11910623682



LAMPIRAN 13

SURAT PEMBIMBING SKRIPSI

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647
Fax. (0761) 561647 Web. www.rik.uinsuska.ac.id E-mail: efiak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/25/2023 Pekanbaru,02 Januari 2023
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : *Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)*

Kepada
Yth. Naskah, S.Pd. M.Pd.E

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warhmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : SHELI YANI
NIM : 11910623682
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Judul : Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Literasi Ekonomi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Di Uin Suska Riau
Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam

an, Dekan

Wakil Dekan I



D. Zarkasih, M.Ag.

IP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau



LAMPIRAN 14

SURAT PEMBIMBING SKRPSI (Perpanjang)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعاليم
 FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 J. H. R. Soebrantas No.155 Km. 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0781) 561647
 Fax. (0781) 561647 Web www.fik.uinsuska.ac.id, E-mail: eflak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/15022/2023 Pekanbaru, 29 Agustus 2023
 Sifat : Biasa
 Lamp. : -
 Hal : *Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)*

Kepada
 Yth. Naskah, S.Pd. M.Pd.E

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau
 Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : SHELI YANI
 NIM : 11910623682
 Jurusan : Pendidikan Ekonomi
 Judul : Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Di Fakultas Tarbiyah & Keguruan Uin Suska Riau
 Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam
 an, Dekan
 Wakil Dekan I

 Larasih, M.Ag.
 NIP. 19721017 199703 1 004

Tembusan :
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau



LAMPIRAN 15

SURAT KETERANGAN BALASAN PRA RISET

- Hak Cipta Diindungi 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN

Pekanbaru, 23 Juni 2023

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Sheli Yani

NIM : 11910623682

Pendidikan : S1 Pendidikan Ekonomi

Judul Penelitian: Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian skincare mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UIN Suska Riau

Nama yang bersangkutan di atas di izinkan melakukan penelitian di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Prodi
Pendidikan Ekonomi

Ansharullah, SP., M.Ec
NIP. 19790707 200801 1 017



SURAT IZIN MELAKUKAN RISET DARI FAKULTAS

- Hak
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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعاليم
 FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 J. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0781) 561647
 Fax. (0781) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/12808/2023
 Sifat : Biasa
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : *Mohon Izin Melakukan Riset*

Pekanbaru, 21 Juli 2023 M

Kepada
 Yth. Gubernur Riau
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
 Satu Pintu
 Provinsi Riau
 Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : **Sheli Yani**
 NIM : 11910623682
 Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2023
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare
 Lokasi Penelitian : Uin Suska Riau, Fakultas Tarbiyah & Keguruan , Program Studi Pendidikan Ekonomi
 Waktu Penelitian : 3 Bulan (21 Juli 2023 s.d 21 Oktober 2023)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dr. H. Kadar, M.Ag.
 NIP.19650521 199402 1 001

Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau



SURAT REKOMENDASI

Hak

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruhnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa seizin penerbit, untuk tujuan apa pun.
2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpstp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/58169
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/12808/2023 Tanggal 21 Juli 2023, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

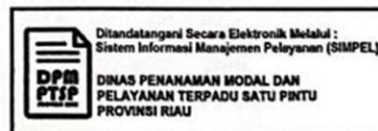
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : SHELI YANI |
| 2. NIM / KTP | : 119106236820 |
| 3. Program Studi | : PENDIDIKAN EKONOMI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARRE MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU |
| 7. Lokasi Penelitian | : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 25 Juli 2023



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



LAMPIRAN 18

SURAT PENGESAHAN PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL

Hak

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



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN
UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : SHELI YANI
 Nomor Induk Mahasiswa : 11910623682
 Hari/Tanggal Ujian : Selasa /24 Januari 2023
 Judul Proposal Ujian : Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau
 Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Darni, Sp. MBA	PENGUJI I		
2.	Salmiah, M.Pd.E	PENGUJI II		

Mengetahui
a.n. Dekan
Dekan I

S. Kasih, M.Ag.
NIM. 19721017 199703 1 004



Pekanbaru, Juni 2023
Peserta Ujian Proposal

Sheli Yani
NIM. 11910623682

BLANGKO KEGIATAN BIMBINGAN SKRIPSI

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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampilan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA
SKRIPSI MAHASISWA**

- 1. Jenis yang dibimbing : **SKRIPSI**
 - a. Seminar usul Penelitian :
 - b. Penulisan Laporan Penelitian :
- 2. Nama Pembimbing : **NASKAH, M.Pd.E**
 - a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : **130117009**
- 3. Nama Mahasiswa : **SHELI YANI**
- 4. Nomor Induk Mahasiswa : **11910623682**
- 5. Kegiatan : **Bimbingan Skripsi**

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1.	22/Agustus 2023	BAB 1-3 (Menganalisis teknik analisis data)		
2.	25/Oktober 2023	Tentang Penyebaran Angket-Is Angket		
3.	10/November 2023	BAB 4: Menganalisis Proedur Sencara		
4.	16/November 2023	BAB 1-5: Menganalisis, Isi Hasil data, Footnote, dan lampiran-lampiran		
5.	16/November 2023	ACC Pembimbing		

Pekanbaru, 21.11.2023
Pembimbing,

NIP.

SURAT KETERANGAN UJI BEBAS TURNITIN

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

SURAT KETERANGAN BEBAS UJI TURNITIN

Yang bertanda tangan di bawah ini Pengelola Uji Turnitin Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Menerangkan Bahwa :

Nama : Sheli Yani
 NIM : 1910623682
 Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/Pendidikan Ekonomi

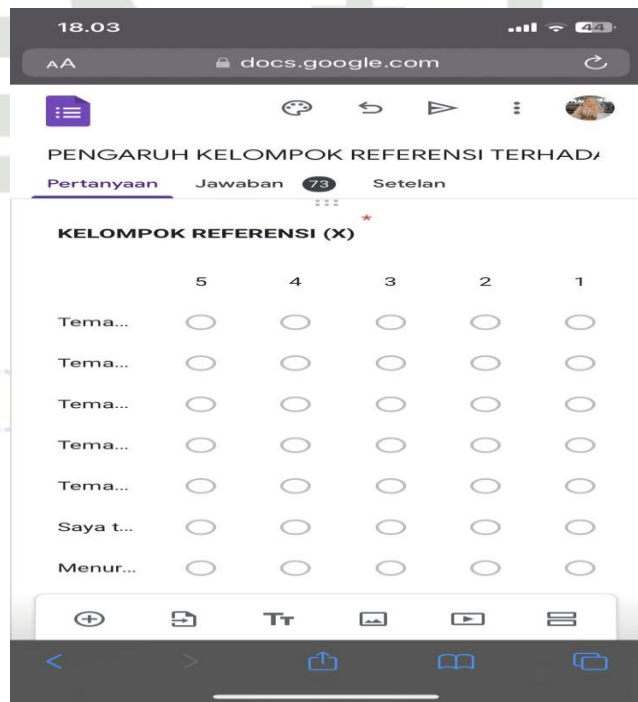
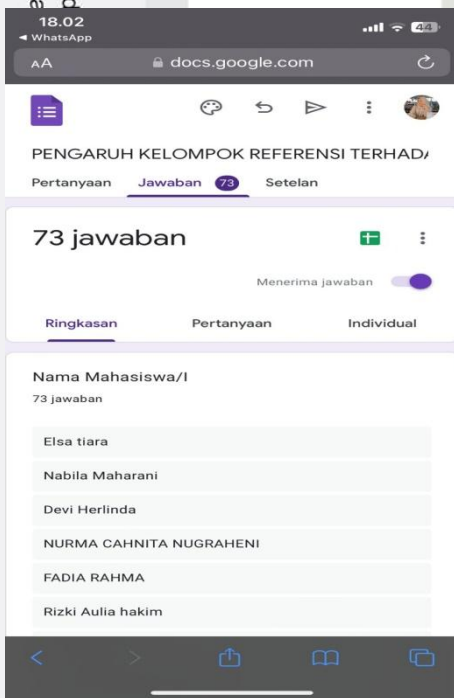
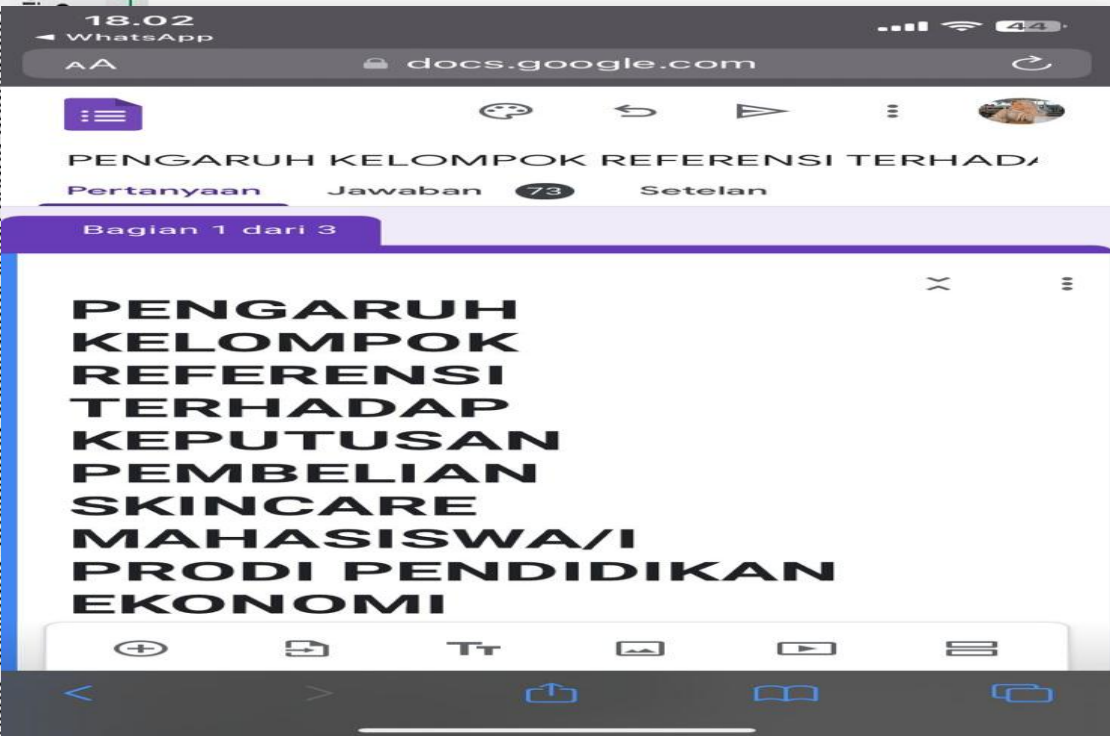
Mahasiswa tersebut di atas telah menyelesaikan Pengujian Hasil Turnitin di Pengelola Uji Turnitin dengan hasil 22%. Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 30 September 2023
 Mengetahui
 Pengelola Uji Turnitin



Kaudatul Salamah
 NIM. 12110621282

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





RIWAYAT HIDUP PENULIS

Sheli Yani lahir di Kabupaten Indragiri Hilir, Kota Tembilahan Hulu, Provinsi Riau pada tanggal 21 Juli 2000. Penulis lahir sebagai anak pertama dari pasangan ayahanda M Riduan dan Ibunda Linda. Memiliki seorang adik bernama Muhammad Malik.

Pada tahun 2013 penulis menyelesaikan jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 003 Tembilahan Hulu, tahun 2016 penulis menyelesaikan jenjang pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Tembilahan Hulu, selanjutnya pada tahun 2019 penulis menyelesaikan jenjang pendidikan menengah atas di SMK Negeri 1 Tembilahan. Di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tepatnya di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi melalui jalur Mandiri. Penulis mengambil konsentrasi manajemen pada semester 3. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Simpang Beringin Bandar Sei Kijang Pelalawan, dan melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di SMAN 10 Pekanbaru. Penulis melaksanakan penelitian pada bulan Juni 2023 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Uin Suska Riau* dan diujikan pada tanggal 15 Desember 2023 dengan Hasil IPK terakhir 3, serta berhak menyandang gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).