

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWI AKTIF PRODI DIII STATISTIKA
UNIVERSITAS NEGERI PADANG DALAM PEMBELIAN
KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN ANALISIS
REGRESI LOGISTIK BINER**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya



**Oleh
LULU ANATA SANUR
NIM. 18037038**

**PROGRAM STUDI DIII STATISTIKA
JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

PERSETUJUAN UJIAN TUGAS AKHIR

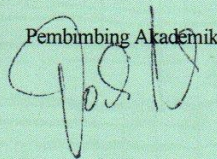
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWI AKTIF PRODI DIII STATISTIKA
UNIVERSITAS NEGERI PADANG DALAM PEMBELIAN
KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN ANALISIS
REGRESI LOGISTIK BINER**

Nama : Lulu Anata Sanur
NIM/Tahun Masuk : 18037038/2018
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, 10 November 2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Akademik



Dodi Vionanda, M.Si, Ph.D
NIP. 19790611 200501 1002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN AKHIR

Nama : Lulu Anata Sanur
NIM/TM : 18037038/2018
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWI AKTIF PRODI DIII STATISTIKA UNIVERSITAS NEGERI PADANG DALAM PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH MENGGUNAKAN ANALISIS REGRESI LOGISTIK BINER

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi DIII Statistika Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan
Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang

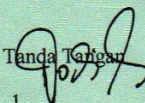
Padang, 10 November 2021

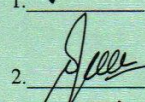
Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Dodi Vionanda, M.Si, Ph.D
2. Anggota : Dr. Dony Permana, M.Si
3. Anggota : Dr. Syafriandi, M.Si

1. 

2. 

3. 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT


Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lulu Anata Sanur
NIM/TM : 18037038/2018
Program Studi : DIII Statistika
Jurusan : Statistika
Fakultas : MIPA UNP

Dengan ini menyatakan bahwa, Tugas akhir saya dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Aktif Prodi DIII Statistika FMIPA Universitas Negeri Padang dalam Pembelian Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”** adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam tradisi keilmuan. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan negara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh,
Ketua Jurusan Statistika,


Dr. Dony Permana, M.Si.
NIP. 19750127 200604 1 001

Saya yang menyatakan,



Lulu Anata Sanur
NIM. 18037038

ABSTRAK

Lulu Anata Sanur : **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswi Aktif Prodi DIII Statistika dalam Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner**

Kebutuhan kosmetik yang semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu menjadikan kosmetik sebagai kebutuhan primer bagi sebagian wanita. Dalam sehari-hari, wanita tidak lepas dari kosmetik, karena selain untuk mempercantik diri dan bisa meningkatkan percaya diri untuk menunjang penampilan dalam beraktivitas baik diluar ataupun di dalam rumah. Beredarnya kosmetik di pasar Indonesia membuat masyarakat harus lebih berhati-hati dalam memilih merek produk yang digunakan, tidak hanya mementingkan pengolahannya tapi juga memperhatikan kehalalan di dalam kandungan sebuah kosmetik yang mana saat ini banyak bahan kosmetik yang menggunakan merkuri dan bahaya untuk digunakan. Kosmetik wardah merupakan kosmetik yang relatif mahal tetapi masih banyak konsumen yang menggunakan produk ini karena produknya berlabel halal dari LPPOM MUI, memiliki kualitas yang baik, variasi produknya beragam dan adanya promosi yang menarik. Mahasiswi aktif Prodi DIII Statistika FMIPA UNP bingung saat membeli produk kosmetik karena tiap merek kosmetik memiliki harga dan kualitas yang berbeda. Tujuan penelitian ini untuk membuat model persamaan regresi logistik biner, serta mengetahui variabel-variabel mana yang berpengaruh secara signifikan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui survey terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif Prodi DIII Statistika. Sampel pada penelitian ini berjumlah 72 responden didapat menggunakan dengan metode *Propotional Random Sampling*. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian kosmetik wardah dan variabel bebasnya (X) yaitu kehalalan produk (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3), promosi (X_4), desain (X_5), citra merek (X_6). Analisis yang digunakan yaitu analisis Regresi Logistik Biner.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kehalalan produk (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Adapun modelnya :

$$\pi(x) = \frac{\exp(-6,646 + 1,258X_1 + 1,269X_2)}{1 + \exp(-6,646 + 1,258X_1 + 1,269X_2)}$$

Dari kedua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk yang memiliki peluang tertinggi sebesar 3,558 kali dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik wardah dibandingkan dengan variabel kehalalan produk.

Kata Kunci : Kosmetik, Wardah, Regresi Logistik Biner

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi ‘alamin segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Aktif Prodi DIII Statistika Universitas Negeri Padang dalam Pembelian Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”. Selanjutnya, shalawat beserta salam untuk nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah member saran, serta ide-idenya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan, yaitu :

1. Bapak Dodi Vionanda, M.Si., Ph.D., pembimbing dan penasehat akademik serta Koordinator Program Studi DIII Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Dr. Dony Permana, M.Si., sebagai penguji Tugas Akhir dan sekaligus Ketua Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
3. Dr. Syafriandi, M.Si., sebagai penguji Tugas Akhir.
4. Ibu Dra. Nonong Amalita, M.Si., Sekretaris Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.
5. Bapak/Ibu dosen Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang.

6. Teristimewa untuk orang tua serta keluarga yang telah mencurahkan kasih sayang, do'a, waktu dan dukungan kepada peneliti.
7. Semua sahabat, teman dekat dan rekan-rekan Statistika yang telah banyak membantu dan member dukungan kepada peneliti.

Semoga semua bimbingan, bantuan dan kerjasamanya dapat dibalas oleh Allah SWT sebagai amal ibadah.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, namun peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini belum sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu kepada pembaca diharapkan kritik dan saran jika terdapat kesalahan pada Tugas Akhir ini serta semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca umumnya. Aamiin

Padang, 8 November 2021

Lulu Anata Sanur

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kosmetik Halal.....	10
B. Perilaku Konsumen	11
C. Keputusan Pembelian.....	14
D. Analisis Regresi Logistik Biner	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Jenis dan Sumber Data.....	32
C. Populasi dan Sampel	33
D. Variabel dan Struktur Data.....	35
E. Instrumen Penelitian.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Deskripsi Data.....	43
B. Analisis Data	52
C. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel	
1. Distribusi Populasi	33
2. Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3. Struktur Data	35
4. Pengkategorian Variabel Terikat dan Variabel Bebas	36
5. Kisi-kisi Instrumen.....	37
6. Skor Skala Likert.....	41
7. Hasil Dugaan Parameter Regresi Logistik Biner	52
8. Uji Keباikan Model.....	53
9. Uji Signifikansi Parameter Regresi Logistik.....	55
10. Uji Signifikansi Variabel Yang Telah Direduksi	56
11. Hasil Analisis Regresi Logistik Setelah di Reduksi.....	58
12. Uji Keباikan Model Setelah di Reduksi	59
13. Nilai Odds Ratio Model Regresi Logistik.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Merek Kosmetik yang digunakan oleh Mahasiswi DIII Statistika	5
2. Keputusan mahasiswi dalam pembelian kosmetik wardah	43
3. Data keputusan pembelian kosmetik berdasarkan Kehalalan Produk.....	44
4. Data Keputusan Pembelian Kosmetik Berdasarkan Kualitas Produk	46
5. Data Keputusan Pembelian Kosmetik Berdasarkan Harga	47
6. Data keputusan pembelian kosmetik berdasarkan Promosi	48
7. Data keputusan pembelian kosmetik berdasarkan Desain	49
8. Data keputusan pembelian kosmetik berdasarkan Citra Merek.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	
1. Kuesioner Penelitian	69
2. Validator Kuesioner	73
3. Data Hasil Penskoran	79
4. Uji Reliabilitas Instrumen	83
5. Penduga Parameter Regresi Logistik	84
6. Pengujian Signifikansi Model Regresi Logistik Biner.....	85
7. Pengujian Signifikansi Parameter Regresi Logistik.....	86
8. Pemilihan Model Terbaik Regresi Logistik Biner	87
9. Hasil Reduksi Analisis Regresi Logistik.....	89
10. Pengujian Signifikansi Model Setelah di Reduksi	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi memberikan dampak besar bagi pasar dan dunia usaha untuk berkembang dengan pesat yang menimbulkan tantangan bagi perusahaan. Perusahaan harus mampu memahami trend yang ada di penjuru dunia untuk memperhatikan peluang produk yang akan dipasarkan. Konsumen yang mementingkan kualitas dari sebuah produk mengakibatkan antar perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan suatu produk dengan nilai mutu yang terjamin. Sehingga perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan produk asing maupun produk lokal lainnya dan dapat menerapkan standar kualitas pada produk yang akan dihasilkan agar menambah minat konsumen baru.

Maraknya persaingan usaha juga terjadi di perusahaan yang bergerak di bidang industri perawatan pribadi dan kosmetik. Banyaknya produk impor ataupun ekspor yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen bisa memilih kosmetik yang menurutnya terbaik dan mudah diperoleh. Kosmetik adalah salah satu cara untuk menunjang penampilan. Berbagai macam kosmetik yang beredar sudah disesuaikan dengan kondisi umur pemakainya mulai dari kalangan dewasa hingga remaja dapat menggunakan kosmetik. Keinginan untuk tampil cantik dan selalu ingin terlihat sempurna setiap saat merupakan dambaan setiap wanita.

Kebutuhan kosmetik yang semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu menjadikan kosmetik sebagai kebutuhan primer bagi sebagian wanita. Dalam

sehari-hari, wanita tidak lepas dari kosmetik, karena selain untuk mempercantik diri di suatu acara atau sebuah tempat, kosmetik juga bisa meningkatkan percaya diri dan mempertegas identitas diri di masyarakat yang menunjang penampilan dalam beraktivitas baik diluar ataupun di dalam rumah. Beredarnya kosmetik di pasar Indonesia membuat masyarakat harus lebih berhati-hati dalam memilih merek produk yang digunakan khususnya bagi seorang muslimah yang tidak hanya mementingkan pengolahannya tapi juga memperhatikan kehalalan di dalam kandungan sebuah kosmetik.

Tuntutan kosmetik akan produk halal belakangan ini semakin besar. Mengingat penduduk Indonesia mayoritasnya adalah muslim yang mana dalam agama Islam telah ditentukan syariat-syariat yang harus dijalankan. Konsumen muslimah membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi ataupun digunakan karena halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih sesuai dengan syariat Islam.

Produk yang sudah berlabel halal memberikan keamanan dan kehalalan pada produk tersebut. Kehalalan kosmetik di Indonesia akan diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dengan sertifikasi halal yang dikeluarkannya serta seluruh produknya telah mendapat izin dan memenuhi peraturan BPOM RI. Pendapat para Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah sangat diperlukan untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat Indonesia bahwa produk yang berlabel halal resmi dijamin halal menurut syariat Islam. Dengan adanya sertifikasi halal ini, maka produk dan perusahaan telah diberikan wewenang untuk menggunakan logo halal pada kemasan produk yang akan

diproduksi dan melindungi perusahaan dari tuntutan adanya bahan atau proses yang tidak halal pada produk, sehingga masyarakat muslimah akan lebih percaya dalam pemilihan kosmetik yang akan ia gunakan.

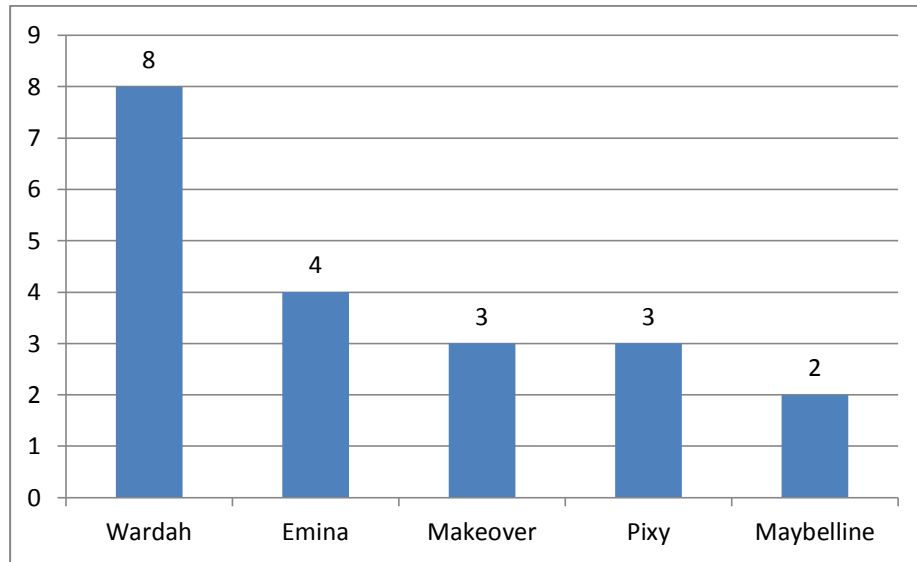
Wardah adalah salah satu merk kosmetik yang mengangkat label halal untuk setiap produk yang diproduksinya. Penanaman nilai halal menjadi daya tarik bagi masyarakat Indonesia. Suatu produk dikatakan halal apabila bahannya tidak mengandung babi dan alkohol dan pengelolaannya baik sesuai dengan syariat Islam. Label halal menjadi poin tambahan bagi pecinta kosmetik, karena selain bisa melaksanakan fungsinya sebagai alat untuk mempercantik wajah juga memiliki formula yang aman digunakan pada kulit. Hal ini membuat para konsumen merasa lebih aman untuk menggunakannya. Walaupun Wardah terkenal slogan halalnya, bukan berarti wanita non-muslim tidak bisa menggunakan Wardah karena produk ini dibuat untuk semua kalangan.

Diantara berbagai macam merk kosmetik lokal, Wardah merupakan salah satu merk kosmetik yang populer saat ini. Wardah adalah produk kecantikan yang didirikan sejak tahun 1995 oleh PT Paragon *Technology and Innovation* (PTI) dengan nama awal PT.Pusaka Tradisi Ibu dan pada tahun 2011 berganti nama menjadi PT. Paragon *Technology and Innovation* (PTI). Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat. Apt. Berawal dari memproduksi produk perawatan rambut, PT Pusaka Tradisi Ibu melihat peluang besar untuk mengembangkan produksinya hingga akhirnya pada tahun 1995 PT ini mulai merambah ke bidang kosmetik dan menghasilkan merk produk Wardah dan saat ini Wardah menjadi produk yang diminati oleh konsumennya. Pada tahun 2017, Brand kecantikan Wardah meraih

penghargaan Campaign of the Year dalam ajang *Beautyfest Asia* karena dinilai memiliki strategi pemasaran yang baik, unik, dan kreatif. Oleh karena itu, Wardah bisa bersaing dengan produk lokal lainnya walaupun umur terbentuknya terbilang masih muda.

Keputusan memiliki pengaruh yang kuat pada proses pengolahan alternatif yang dipilih dan keputusan untuk membeli produk dengan label halal. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian, dimana konsumen memutuskan untuk mengambil tindakan atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini mereka melakukan pembelian atau memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah, karena jumlah produk yang beredar terus meningkat sehingga membuat masyarakat mempertimbangkan berbagai faktor dalam mengambil keputusan pembelian.

Untuk mengetahui merek kosmetik yang digunakan oleh mahasiswi aktif Prodi DIII Statistika FMIPA Universitas Negeri Padang, maka dilakukan observasi awal. Peneliti menanyakan pertanyaan kepada 20 orang mahasiswi aktif Prodi DIII Statistika FMIPA Universitas Negeri Padang.



Gambar 1. Merek Kosmetik yang digunakan oleh Mahasiswi DIII Statistika

Pada observasi awal yang dilakukan peneliti, merek kosmetik yang paling banyak digunakan mahasiswa aktif Prodi DIII Statistika adalah kosmetik wardah, sedangkan merek kosmetik yang paling sedikit digunakan adalah merek maybelline.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurbaidatun (2016), membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padang Sidempuan menggunakan Analisis Cluster. Variabel yang digunakan pada penelitian tersebut adalah keputusan pembelian sebagai variabel terikat serta yang menjadi variabel bebasnya adalah produk, harga dan promosi. Didapatkan hasil bahwa harga, produk berpengaruh secara signifikan dengan keputusan pembelian kosmetik wardah. Berdasarkan observasi awal, mahasiswa aktif Prodi DIII Statistika kebingungan saat ingin membeli kosmetik mana yang akan ia gunakan. Karena setiap merek kosmetik yang ada, memiliki harga dan kualitas yang berbeda.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik, wardah dilakukan teknik analisis statistika yang memodelkan hubungan variabel terikat yang memiliki dua kategori dengan variabel bebas. Analisis yang dapat menerangkan hubungan sebab akibat adalah analisis regresi, analisis untuk mengetahui dan memprediksi keputusan konsumen membeli kosmetik dan variabel apa saja yang digunakan untuk memahami variabel berhubungan dengan variabel terikat. Jika variabel terikat (Y) bersifat kategorik, maka salah satu analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik.

Menurut Kleinbaum (1994), regresi logistik merupakan pendekatan model matematika yang dapat digunakan untuk beberapa variabel prediktor X terhadap variabel respon yang bersifat dikotomus atau biner Y. Analisis regresi terbagi menjadi 3 yaitu regresi logistik biner, regresi logistik multinomial, regresi logistik ordinal. Regresi logistik biner digunakan jika variabel terikat (Y) memiliki dua kategori. Regresi logistik multinomial digunakan jika memiliki variabel terikat (Y) lebih dari dua kategori. Sedangkan regresi logistik ordinal digunakan jika variabel terikat (Y) memiliki skala ordinal (tingkatan). Pada permasalahan ini, analisis yang cocok digunakan adalah analisis regresi logistik biner karena variabel terikat (Y) memiliki 2 kategori.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Desain Produk dan Citra Merek.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian ke dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswi Aktif Prodi D III Statistika Universitas Negeri Padang dalam Pembelian Kosmetik Wardah Menggunakan Analisis Regresi Logistik Biner”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, batasan masalah pada penelitian ini difokuskan pada faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswi aktif Prodi DIII Statistika dalam pembelian kosmetik wardah.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana model regresi logistik biner terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi aktif Prodi D III Statistika Universitas Negeri Padang menggunakan analisis regresi logistik biner?
2. Berapa peluang keputusan mahasiswi aktif statistika dalam pembelian kosmetik wardah dengan memperhatikan faktor-faktor yang dominan menggunakan analisis regresi logistik biner?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui model regresi logistik biner terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswi aktif Prodi D III Statistika Universitas Negeri Padang menggunakan analisis regresi logistik biner.
2. Mengetahui peluang keputusan mahasiswi aktif statistika dalam pembelian ulang kosmetik wardah dengan memperhatikan faktor-faktor yang dominan menggunakan analisis regresi logistik biner.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis, dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain.

3. Bagi Praktisi

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa gaya pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan, menambah wawasan dan pemahaman bagi penulis dalam dalam memahami analisis regresi logistik biner.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk model yang dapat memperlihatkan pengaruh keputusan mahasiswi dalam pembelian kosmetik wardah adalah sebagai berikut :

$$\pi(x) = \frac{\exp(-6,646 + 1,258X_1 + 1,269X_2)}{1 + \exp(-6,646 + 1,258X_1 + 1,269X_2)}$$

Dimana :

X_1 : Kehalalan produk

X_2 : Kualitas produk

2. Variabel-variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan mahasiswi dalam pembelian kosmetik wardah adalah kehalalan produk dan kualitas produk.

Peluang keputusan mahasiswi dalam pembelian kosmetik wardah dilihat dari nilai odd ratio. Nilai odd ratio untuk variabel kehalalan produk adalah 3,519.

Dapat diartikan bahwa perbandingan peluang seorang mahasiswi yang setuju membeli kosmetik wardah karena kehalalan produk sebesar 3 kali dibandingkan dengan yang tidak setuju membeli kosmetik wardah dengan kehalalan produk.

Nilai odd ratio untuk variabel kualitas produk adalah 3,558. Dapat diartikan bahwa perbandingan peluang seorang mahasiswi yang setuju membeli kosmetik

wardah karena kualitas produk sebesar 3 kali dibandingkan dengan yang tidak setuju membeli kosmetik wardah dengan kualitas produk.

3. Dari kedua variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk memiliki peluang tertinggi sebesar 3,558 kali untuk konsumen setuju membeli produk wardah dibandingkan dengan variabel kehalalan produk.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi lembaga terkait kosmetik wardah, sebagai masukan untuk lebih memperhatikan kualitas produk dan mulai melakukan quality control untuk setiap produk yang akan dibuat. Mengganti bahan baku produk menjadi lebih baik atau mempertahankan bahan baku yang sudah baik.
2. Bagi pembaca atau peneliti selanjutnya sebagai referensi dalam hal keputusan dalam pembelian kosmetik wardah, serta menambah variabel-variabel baru dengan populasi yang lebih besar serta mampu menerapkan analisis regresi logistik biner pada permasalahan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugroho. (2002). *Analisis dan Perancangan System Informasi dengan Metodologi*
- Agresti, A. (1990). *Categorical Data Analysis*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Agresti, A. (2002). *Categorical Data Analysis*. Second Edition. New York: John Willy and Sons.
- Andi Supangat. (2007). *Statistika dalam Kajian Deskriptif*. Bandung : Prenada Media Group.
- Andikarini. D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga pada Keputusan Pembelian Untuk Lipstik Wardah Berdasarkan Karakteristik Demografis di Yogyakarta*. Repository Universitas Sanata Dharma.
- Andini, Ayu. (2019). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Padang*. Universitas Bung Hatta Repository.
- Ayuniah, P. (2017). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis.
- Ayuniah, Putri. (2017). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis
- Azwar, S. (2011). *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.