

ABSTRAK

Rindu Rizki Saputri. 2022. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (i) H. Suwanto, S.E., M.M. Pembimbing (ii) Fitriani, S.E., M.M.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah wanita di Kota Metro yang menggunakan kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas data, uji linieritas, dan uji homogenitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda yaitu uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R²).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif pengetahuan terhadap minat beli, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 24.461; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,880; (2) terdapat pengaruh positif religiusitas terhadap minat beli, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 31.539 ; nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,888. (3) terdapat pengaruh positif pengetahuan dan religiusitas terhadap minat beli , dapat dibuktikan dari nilai f hitung sebesar 514.099 Pada koefisien determinasi (R²) yang terlihat pada R square sebesar 0,939, hal ini meunjukkan bahwa 93,9% besarnya peran variabel pengetahuan, dan religiusitas mampu menjelaskan variabel minat beli, sedangkan 6,1% lainnya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pengetahuan, Religiusitas, dan Minat Beli