

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Rindu Rizki Saputri**

**18610167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2022**



**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
RINDU RIZKI SAPUTRI  
18610167**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## 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 (R<sup>2</sup>).

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 (R<sup>2</sup>) 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**

## **Abstract**

RINDU RIZKI SAPUTRI. 2022. *This study aims to determine the effect of knowledge and religiosity on consumer buying interest in Wardah Cosmetics in the people of Metro City. Faculty of Economics and Business Management Study Program, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (i) H. Suwanto, S.E., M.M. Supervisor (ii) Fitriani, S.E., M.M.*

*This research is a quantitative research with survey method. The population in this study were women in Metro City who used Wardah cosmetics. The sampling technique used accidental sampling with a total sample of 70 people. Data collection techniques using online questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is the instrument test including the validity test and reliability test. The analysis prerequisite test includes data normality test, linearity test, and homogeneity test. Hypothesis testing using multiple linear regression test, namely t test, f test, and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*The results of this study indicate that: (1) there is a positive influence of knowledge on buying interest, as evidenced by the t-count value of 4.627; significance value  $0.000 < 0.05$ ; and a regression coefficient of 0.389; (2) there is a positive influence of religiosity on buying interest, as evidenced by the t-count value of 6.193; significance value  $0.000 < 0.05$ ; and a regression coefficient of 0.517. (3) there is a positive influence of knowledge and religiosity on buying interest, it can be proven from the calculated f value of 440,390. In the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) seen in R square of 0.929, this shows that 92.9% of the magnitude of the role of the knowledge variable, and religiosity is able to explain the buying interest variable, while the other 7.1% is influenced or explained by variables not discussed in this section. this research.*

**Keywords: Knowledge, Religiosity, and Buying Interest**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO**

**RINDU RIZKI SAPUTRI**

**NPM :18610167**

**Metro,**

**Dosen Pembimbing I**



**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**

**Dosen Pembimbing II**



**Fitriani, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0206068604**

**Mengetahui :**

**Ketua Progam Studi S1 Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Metro**



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0223027901**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO**

**RINDU RIZKI SAPUTRI**


**NPM :18610167**


Telah dipertahankan didepan Tim Penguji,

Pada Tanggal 16 Agustus 2022

**Tim Penguji**

  
\_\_\_\_\_, Ketua  
**H. Suwanto, S.E., M.M.**

  
\_\_\_\_\_, Sekretaris  
**Fitriani, S.E., M.M.**

  
\_\_\_\_\_, Penguji Utama  
**H. Suryadi, S.E., M.M.**

Mengetahui Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan  
  
**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**

## **MOTTO**

“Sukses tidak datang kepadamu, kamu harus pergi kesana”

~Marva Collins

“Ingin menjadi orang lain adalah menyia-nyiakan dirimu”

~Kurt Cobain



## PERSEMBAHAN

### 1. Yang Utama dari Segalanya....

Saya ucapkan Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberiku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia, kemudahan serta kesehatan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

### 2. Untuk Bapak Gati Juprianto dan Ibu Sukanti saya tersayang Tugas akhir ini saya persembahkan, tiada kata yang bisa menggantikan segala sayang, usaha, semangat dan juga doa yang telah dicurahkan untuk penyelesaian tugas akhir ini semoga orang tua selalu senang melihat saya dan merasa bangga dengan perjuangan saya.

### 3. Keluarga Tercinta

Untuk kakak saya Panji Satrio terimakasih atas perhatian dalam diam selama ini, untuk adik saya Bimo satrio Sejati nikmatilah duniamu tapi tau batasan dan ingat kewajibanmu, adik terakhir saya Arimbi Putri Pertiwi anak kuat anak cantik perjalananmu masih panjang.

### 4. My Bestie

Untuk Rissa Putri Cahyani terimakasih sudah selalu menjadi tempat curhat dan memberi semangat, untuk Mia Tri Amara saya ucapkan terimakasih tidak lain sama seperti diatas dan terimakasih telah rela membonceng saya layaknya driver gojek selama saya pulang-pergi kosan hingga pulang kerumah, untuk Endang Tri Susilowati teman berjuang dari maba hingga sekarang terimakasih sudah selalu menjadi salah satu support system terbaik, untuk Eka Widyani teman satu rumah terimakasih telah saling berbagi selama kurang lebih 1 tahun ini.

### 5. Mas A~

Maaf selalu merepotkan, membebani dan menyayangi, Terimakasih atas segala keikhlasannya selama ini...

### 6. Keluarga Besar Kelas Manajemen D

Terimakasih telah berjuang sama-sama dan Semangat buat semuanya....

### 7. Dosen Pembimbing

Menyelesaikan Skripsi bukanlah hal yang mudah Pak, Bu. Terimakasih telah membimbing dan membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

### 8. Alamater Tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

Skripsi ini saya persembahkan untuk Alamater tercinta Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

### 9. Dan yang terakhir saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang selalu nanya "kapan selesai" dan "kapan wisuda". Ini jawaban dari pertanyaan yang selalu kalian tanyakan selama ini yaa rekan-rekan semua.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Kosumen Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Metro". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis memahami tanpa bantuan do'a dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan kepada:

1. Drs.H Jazim Ahmad, Mpd sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan Selaku Pembimbing I
3. Dr. H Febriyanto, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
4. Fitriani., S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama menyusun Skripsi
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bimbingan selama menyusun Skripsi ini
6. Untuk kawan-kawan yang telah mengeluarkan sedikit tenaga untuk saya

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan, keterampilan dan kekurangan dalam pembuatan Skripsi ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diperlukan untuk menyempurnakan kekurangan dalam pembuatan Skripsi ini.

Metro, 27 5 2022



**Rindu Rizki Saputri**  
**NPM. 18610167**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rindu Rizki Saputri

NPM : 18610167

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Beli  
Konsumen Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Metro

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis di acuan dalam skripsi ini sebagaimana di sebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia dikenai sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Metro, Juni 2022

Yang membuat pernyataan,

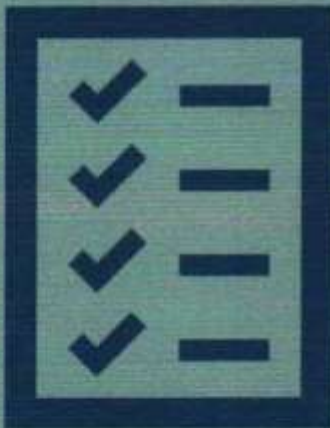


*Rindu*  
Rindu Rizki Saputri  
NPM. 18610167





**UNIT PUBLIKASI ILMIAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**  
**METRO**



## **SURAT KETERANGAN** **UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)**

Nomor: 3114/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : RINDU RIZKI SAPUTRI  
**NPM** : 18610167  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

**Judul:**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 12 September 2022

Kepala Unit,

**Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.**  
**NIDN. 0203128801**

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

**Website:** [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
**E-mail:** [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LOGO</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi Dan Perumusan Masalah .....	5
1. Identifikasi Masalah.....	5
2. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....	<b>8</b>

A. Deskripsi Teori .....	8
1. Pemasaran .....	8
2. Minat Beli.....	9
3. Pengetahuan .....	11
4. Religiusitas .....	12
B. Penelitian Yang Relevan.....	14
C. Kerangka Pemikiran.....	16
1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat beli konsumen .....	16
2. Pengaruh religiusitas terhadap minat beli konsumen .....	16
3. Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat beli konsumen .....	17
D. Paradigma Penelitian.....	17
E. Hipotesis Penelitian.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
A. Desain Penelitian .....	19
B. Objek dan Lokasi Penelitian .....	19
C. Definisi Operasional Variabel.....	19
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel .....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
F. Instrumen Penelitian .....	23
G. Uji Instrumen Penelitian .....	23
1. Uji Validitas.....	23
2. Uji Reliabilitas.....	24
H. Uji Prasyarat Analisis .....	25
1. Uji Normalitas Data .....	25
2. Uji Linieritas.....	25
3. Uji Homogenitas.....	25
I. Pengujian Hipotesis .....	26
1. Uji t .....	26
2. Uji f .....	27
3. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	27
4. Hipotesis Statistik.....	28

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	29
1. Sejarah Produk Kosmetik Wardah.....	29
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	30
3. Company Value PT. Paragon Technology and Innovation .....	30
4. Departemen dalam PT. Paragon Technology and Innovation.....	31
5. Struktur Organisasi .....	32
B. Hasil Penelitian .....	34
1. Pengujian prasyarat instrumen .....	34
2. Deskripsi data.....	36
3. Pengujian persyaratan analisis .....	39
C. Pembahasan .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50

## DAFTAR LITERATUR

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu .....	14
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	21
Tabel 3. Alternatif Jawaban .....	23
Tabel 4. Hasil reliabilitas .....	35
Tabel 5. Frekuensi skor pengetahuan (X1) .....	36
Tabel 6. Frekuensi skor religiusitas (X2) .....	37
Tabel 7. Frekuensi skor minat beli (Y).....	38
Tabel 8. Hasil uji normalitas .....	39
Tabel 9. Hasil uji linieritas X1 terhadap Y.....	40
Tabel 10. Hasil uji linieritas X2 terhadap Y.....	41
Tabel 11. Hasil uji homogenitas X1 terhadap Y .....	42
Tabel 12. Hasil uji homogenitas X2 terhadap Y .....	42
Tabel 13. Hasil uji linier berganda .....	43
Tabel 14. Hasil uji simultan (uji F).....	45
Tabel 15. Hasil uji koefisien determinan (R2).....	46
Tabel 16. Hasil pengujian pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap minat beli .....	46
Tabel 17. Hasil pengujian pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap minat beli .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index Kosmetik di Indonesia .....	2
Gambar 2. Faktor pembelian kosmetik di Indonesia.....	3
Gambar 3. Paradigma Penelitian.....	17
Gambar 4. Struktur organisasi .....	32
Gambar 5. Histogram variabel pengetahuan (X1) .....	36
Gambar 6. Histogram variabel religiusitas (X2).....	37
Gambar 7. Hitogram variabel minat beli (Y) .....	38
Gambar 8. Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual.....	40