

**PEMAKAIAN PRODUK MERK DAN HARGA TERHADAP
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT
DI KECAMATAN LAIS KABUPATEN MUSI BANYUASIN**



SARJANA S1

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH :

VIONA ANGJELITA

NIM 642018002

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2022

Perihal : Pengantar Skripsi

Kepada yth,
Dekan fakultas agama islam
Universitas muhammadiyah Palembang
Di
Palembang

Assalamualaikum wr.wb

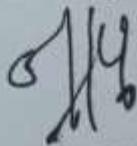
Setelah mengadakan dan perbaikan seperlunya maka skripsi yang ditulis oleh saudara/i Viona Angelita (642018002) yang berjudul : "Pemakaian Produk Merk Dan Harga Terhadap Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin". Telah dapat diajukan dalam sidang *munaqosyah* Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan dunia Ekonomi Syariah baik secara teoritis maupun secara praktis oleh yang bersangkutan.

Walaikumsalam wr.wb

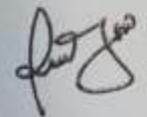
Palembang Februari 2022

Pembimbing I



M. Jauhari, S.E., M.Si
NBM/NIDN : 1096413/0231106903

Pembimbing II



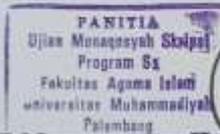
Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si
NBM/NIDN : 1152552/0211048702

**PEMAKAIAN PRODUK, MEREK DAN HARGA TERHADAP
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT
DI KECAMATAN LAIS KABUPATEN MUSI BANYUASIN**
Yang ditulis oleh saudara VIONA ANGJELITA, NIM 642018002

Telah di munaqosah dan dipertahankan
Di depan panitia penguji skripsi
Pada Tanggal 12 Maret 2022
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Palembang, 12 Maret 2022
Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Agama Islam
Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 895938/0206057201



Sekretaris

Helvadi, S.H., M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 880017/0206057201

Penguji II

Hendri Nur Alam, S.E., M.Si
NBM/NIDN: 1231101/0222108202

Menegaskan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.
NBM/NIDN: 731454/0215126902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Viona Angelita

Nim : 642018002

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pemakaian Produk Merek Dan Harga Terhadap Pembelian

Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Lais Kabupaten

Musi Banyuasin

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan berlaku.

Palembang, Februari 2022



Viona Angelita
Nim 642018002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- Niat yang kuat, usaha pantang menyerah, semangat dan jangan lupa berdoa...
- Waktu itu sangatlah berharga, jangan pernah menyia-nyiakan waktu yang ada...
- Jauhi dari kata-kata malas dan terus lah tetap berjuang jangan sampai menyerah...
- Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu...
- Jangan biarkan hari kemarin merenggut banyak hal hari ini...

Persembahan :

- Allah SWT yang telah melindungiku, menyayangiku dan memberikan jalan sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
- Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendoakan, serta memberikan semangat, kasih sayang yang tiada bertepi dan tidak pernah terbalaskan.
- Calon suamiku yang tercinta, dan adik-adikku yang terbaik terima kasih atas segala doa syukur dan semangat yang selalu menunggu keberhasilanku.
- Keluarga besarku yang selalu menanti keberhasilanku
- Para dosen-dosenku ekonomi syariah universitas muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bimbinganya.
- Teman-temanku geng viciliam yang kubanggakan yang selalu ada saat aku membutuhkan dan selalu memberi semangat untuk mengerjakan skripsi
- Semua orang yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini
- Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunianya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemakaian produk, merk dan harga terhadap pembelian kosmetik wardah pada masyarakat diKecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin” skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk lulus pada program strata-1 di Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tuaku Ayah Maulana dan Ibu Yusnita yang selalu mendukungku dan mendoakanku.
2. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Bapak M. Jauhari, S.M.,Si selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Rina Dwi Wulandari,S.E.,M.Si selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberi arahan dan dukungan
5. Bapak M. Jauhari, S.M.,Si selaku Ketua Pembimbing 1 dan Ibu Rina Dwi Wulandari,S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa

nasehat dan bimbingan sehingga membuat penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Calon suamiku tercinta, dan adik-adikku yang selalu menyemangatiku
8. Sahabatku tercinta Sisi Winarti dan Geng Viciliam Terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2018 Ekonomi Syariah dan terima kasih atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Almamater tercinta

Penulis menyadari skripsi ini sangatlah jauh dari sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, saran yang membangun akan diterima dengan senang hati untuk perbaikan lebih lanjut. Penulis sadar sebagai manusia biasa dengan segala keterbatasannya tidak akan lepas dari kesalahan. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Walaikumsalam Wr.Wb

Palembang, 25 Februari 2022

Viona Angjelita
NIM 642018002

ABSTRAK

Viona Angjelita, 642018002, Pemakaian Produk, Merk Dan Harga Terhadap Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap Pemakaian Produk, Merk Dan Harga Terhadap Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin dan untuk mengetahui Faktor-faktor pada Pemakaian Produk, Merk dan Harga terhadap Pembelian Kosmetik Wardah pada masyarakat di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin.

Penelitian ini merupakan jenis data penelitian kualitatif yaitu menggambarkan, menguraikan atau menjelaskan seluruh permasalahan yang ada dengan tegas dan jelas. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; Pertama, Pemakaian produk sangat positif dan signifikan secara sigmultan terhadap pembelian. Kedua, Merek berpengaruh pada kualitas produk terhadap pembelian. Ketiga, Harga positif dan signifikan terhadap pembelian. Keempat, Pembelian juga positif dan signifikan terhadap masyarakat. Berdasarkan pembahasan dan simpulan maka disarankan kepada toko kosmetik wardah untuk lebih meningkatkan kegiatan pemakaian produk, merk dan harga untuk menarik konsumen melakukan pembelian terhadap Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin

Kata Kunci : Produk, Merk, Harga, Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGANTAR SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Variabel Penelitian dan Operasional.....	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II HASIL PENELITIAN	
A. Penelitian Sebelumnya.....	14
B. Landasan Teori.....	15
1. Kualitas Produk.....	15

2. Merk.....	20
3. Harga.....	23
4. Pembelian.....	32

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat Berdirinya Kabupaten Musi Banyuasin Di Kecamatan Lais.....	35
B. Visi dan Misi.....	36
C. Struktur Organisasi.....	37
D. Daftar Produk Dan Jasa.....	38
E. Lokasi Penelitian.....	45

BAB IV ANALISIS DATA

A. Pengaruh Kualitas Produk, Merk Dan Harga Terhadap Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin.....	46
B. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi Kualitas Produk, Merk Dan Harga Terhadap Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Brand Kosmetik Lokal/Dalam negeri
2. Tabel 1.2 Top Brand Award tahun 2020
3. Tabel 3.1 Jenis Bedak Kosmetik Wardah

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 3.1 Struktur Organisasi
2. Gambar BB Cream
3. Gambar Blush On
4. Gambar Eyeliner
5. Gambar Fondation
6. Gambar Maskara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia mayoritas penduduknya pada tahun 2022 jumlah penduduk Indonesia diproyeksi akan menembus angka 271 jutaan. Jumlah tersebut meningkat sekitar 4,8% dibandingkan dengan total penduduk Indonesia tahun yang lalu. Dengan pertumbuhan jumlah penduduk tersebut, maka Indonesia dapat menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan bidang kosmetik. Dengan adanya dukungan perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia, industri kosmetik semakin berkembang dan bertumbuh.¹

Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi wanita. Selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Kosmetik sesungguhnya memiliki risiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Namun demikian bagaimana sesungguhnya penilaian konsumen akan produk kosmetik sehingga produk tersebut dinilai memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjadi cantik.

¹ [Http:eprints.umm.ac.id\(online\)](http://eprints.umm.ac.id(online))

Harga juga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang dinyatakan pemasar. Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima dan juga batas harga yang mana lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.² Berikut dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1

Brand Kosmetik Lokal/Dalam Negeri

No	Nama kosmetik	No	Nama kosmetik
1	Wardah	6	Emina
2	Inez	7	Sari ayu
3	Make Over	8	Mustika ratu
4	PAC (Profesional Artis Kosmetik)	9	Viva kosmetik
5	Caring Colour	10	Purbasari

Sumber : <http://sigomeng.blogspot.co.id>, 2017

Wardah merupakan salah satu merek lokal yang mengusung brand image halal pada produknya. Kosmetik merek lokal ini dapat mengambil perhatian konsumen Indonesia, wardah menanamkan nilai halal di produk yang mereka jual. Hal tersebut membuat konsumen merasa aman ketika menggunakan produknya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Wardah menghadirkan kosmetika berfomula inovatif yang

² Kotler, Philip, and Gary Armstrong.2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga(online)

aman, halal dan praktis guna memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita arena kosmetik merek Wardah. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk, dengan cara basis manufaktur yang kuat. Wardah mampu menciptakan produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap sejak awal. Dengan demikian, Wardah dapat bersaing dengan perusahaan kosmetik multinasional sekalipun.³ Berdasarkan data yang tercatat Wardah menempati urutan pertama dalam beberapa penjualan jenis produk tahun 2020 dengan persentase seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 1.2
Top Brand Award tahun 2020

Produk Wardah	TBI
Foundation	23,1%
Bedak Muka Tabur	17,0%
Bedak Muka Padat	26.0%
BB Cream	26,7%
Eye Cream	20,6%
Blush On	21,3%
Eyeliners	19,2%
Lip Gloss	23,1%
Lipstick	25,0%
Pensil Alis	13,1%
Maskara	12.2%
Pelembab Wajah	7,3%
Sun Care	18,6%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>, 2017

Dari beberapa hasil survey oleh Top Brand Award, dapat dilihat bahwa Wardah menempati urutan pertama dan kedua dalam kinerja penjualan pada tahun 2017 di beberapa jenis produk kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa jenis produk yang sering digunakan oleh berbagai

³ Christina Widhya Utami (2010). Manajemen Ritel.Salemba Empat. Jakarta(online)

kalangan adalah Wardah. Sebagai kosmetik yang halal, Wardah mampu memberikan manfaat nyata dan menjadi salah satu alasan Wardah mampu mendapatkan posisi pertama dan kedua sebagai brand yang diminati oleh konsumen.

Kualitas produk juga berhubungan langsung dengan merek. Hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari satu brand tertentu. Merek sesungguhnya adalah cerminan dari janji yang diucapkan produsen terhadap konsumen atas kualitas produk yang dihasilkan. Merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Jika melihat kualitas lipstik merek Wardah, di pandang dari segi harga yang ditawarkan dapat dikatakan terjangkau dengan kualitas yang diberikan oleh produknya.⁴

Konsumen ingin mendapatkan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan harga yang dibayar. Tidak sedikit konsumen juga berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, namun meskipun wardah selalu mengutamakan kualitasnya, namun harga yang ditawarkan oleh wardah relatif terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang ditetapkan oleh wardah diharapkan dapat meningkatkan pembelian konsumen yang kemudian akan berlanjut kepada keputusan pembelian yang dilakukan konsumen diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

⁴ Indriantoro N(2000) . Metode Penelitian Bisnis.BPFE.Yogyakarta(online)

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis merasa penting untuk melakukan skripsi dengan judul **“PEMAKAIAN PRODUK MERK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN LAIS KABUPATEN MUSI BANYUASIN”**

B. Rumusan Masalah

Setelah memaparkan keterangan di atas, maka peneliti mempunyai beberapa persoalan yang perlu dijawab dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimana pemakaian produk merk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Wardah Kosmetik?
2. Apakah Faktor dari pemakaian produk merk dan harga terhadap pembelian wardah kosmetik di kecamatan lais kabupaten musi banyuasin?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah supaya dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan, yaitu :

1. Untuk mengetahui pemakaian produk dan harga terhadap minat beli konsumen Wardah kosmetik
2. Untuk mengetahui pemakaian produk merk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dan didapatkan dari Universitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah wawasan bagi penulis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang baru bagi perusahaan Wardah dalam bidang pemasaran. Dan memberikan wawasan tentang persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga Wardah terhadap keputusan pembelian konsumen dan minat beli konsumen.

3. Bagi Akademik

Hasil Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang baru khususnya dalam lingkup Ekonomi Syariah FAI Universitas Muhammadiyah Palembang.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Menurut Hidayat (dalam Echdar 2017:256) definisi operasional mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau

pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Berikut merupakan definisi operasional dari masing-masing variabel :

1. Produk
2. Merk
3. Harga
4. Pembelian

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

a. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti yaitu masyarakat di Kecamatan Lais Kabupaten Musi Banyuasin

2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh secara langsung adalah dari responden yang mengisi angket/ kuesioner dan responden tersebut sudah pernah / paling tidak satu kali membeli produk kosmetik dari Wardah dalam kurun waktu 6 tahun

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti berasal dari buku referensi yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang dibahas, jurnal ilmiah, dan data yang diambil dari internet sebagai bahan referensi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2014: 230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah Cosmetics yang sudah pernah / paling tidak satu kali membeli produk kosmetik dari Wardah..

a. Wawancara

Wawancara adalah penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada konsumen pembelian kosmetik wardah di kecamatan lais untuk mendapatkan beberapa informasi dari para konsumen yang berkenan dengan rumusan masalah penelitian, dan dari wawancara tersebut dapat diperoleh data yang diperlukan oleh peneliti.

b. Dokumententasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui tinjauan pustaka, teori yang berkenaan bagi hasil, bsik dari buku yang ada dikecamatan lais, buku(perpustakaan), atau pihak-pihak lain yang memberikan data yang erat kaitanya dengan objek dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, yang berupa jawaban responden sesuai dengan indikator yang digunakan, data skunder dalam penelitian ini diperoleh melalui bagian konsumen.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan yang sistematika, dengan hal demikian penulis perlu menyusun sistematika sedemikian mungkin rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami.

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan dan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, metode penelitian dan sistematika

BAB II : LANDASAN TEORI / TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang penelitian terdahulu, tentang kualitas produk merk dan harga dan menurut perspektif ekonomi islam dan manfaat pembelian terhadap kosmetik pada masyarakat.

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang kondisi lokasi umum penelitian seperti, sejarah kosmetik wardah, kondisi geografis, jumlah penduduk, kondisi sosial ekonomi, kondisi sosial dan struktur masyarakat desa lais

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang pengaruh kualitas produk, merk, dan harga terhadap pembelian kosmetik wardah di desa lais, prospeknya bagi perekonomian masyarakat di desa lais, seperti, pemasaran dan promosi dan pembelian terhadap kosmeti wardah

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini memaparkan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat disampaikan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Kotler, Philip, and Gary Amstrong.2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12.

Jilid 1. Jakarta: Erlangga(online)

Christina Widhya Utami (2010). Manajemen Ritel.Salemba Empat.

Jakarta(online)

Indriantoro N(2000) . Metode Penelitian Bisnis.BPFE.Yogyakarta(online)

Joshua, D., dan padmalia, M.” Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen” Jurnal Entrepreneur Dan

Entrepreneurship, Volume 5, No 1, Maret 2016

WEBSITE

<http://eprints.umm.ac.id>(online)

<http://repository.stey.ac.id>(online)

<http://id.scribd.com>(online)

<http://repository.ummat.ac.id>(online)

<http://repository.ummat.ac.id>(online)

<http://repository.ummat.ac.id>(online)

WAWANCARA

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais

Wawancara dengan masyarakat pada tanggal 15 januari 2022 di kecamatan lais