

ABSTRAK

Annisa Wulandari, 220105010140, Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Livi Kosmetik dan Feliz Kosmetik : Pengalaman Belanja, Lokasi dan Pelayanan. Pembimbing: Ansharullah, S.Ag, M.Fil.I dan Atika Zahra Maulida, S.H.I., M.S.I. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. 2026

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Pengalaman Belanja, Lokasi, dan Pelayanan

Industri ritel kosmetik berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap produk kecantikan. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memberikan pengalaman belanja yang baik, lokasi yang strategis, dan pelayanan yang memuaskan guna menarik serta mempertahankan konsumen. Livi Kosmetik dan Feliz Kosmetik merupakan dua toko kosmetik yang bersaing dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman belanja, lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, baik secara parsial maupun simultan, serta membandingkan kondisi kedua toko tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Livi Kosmetik dan Feliz Kosmetik. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang ditemui saat proses pengumpulan data. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS melalui uji t untuk menguji pengaruh parsial dan uji F untuk menguji pengaruh simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengalaman belanja dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi memiliki pengaruh yang lebih rendah. Secara simultan, pengalaman belanja, lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil komparatif menunjukkan bahwa Livi Kosmetik lebih unggul dalam pengalaman belanja dan pelayanan, sedangkan Feliz Kosmetik lebih unggul pada aspek lokasi.