

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel harga (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada produk *skincare* SR12. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $2,356 >$ dari t tabel $1,997$, dengan nilai signifikan sebesar $0,022 < 0,05$. Artinya, semakin meningkat harga suatu produk yang ditawarkan maka permintaan konsumen terhadap produk akan menurun. Konsumen *skincare* produk SR12 di Kecamatan Ampek Angkek, sangat sensitif terhadap perubahan harga, bahkan untuk produk yang sudah memiliki citra halal dan bahan herbal. Keunggulan produk ini belum cukup untuk mempengaruhi konsumen terhadap persepsi harga dalam pembelian.
2. Variabel pendapatan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada produk *skincare* SR12. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $4,150 >$ dari t tabel $1,977$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin meningkat pendapatan konsumen, maka semakin besar pula permintaan konsumen pada produk *skincare* SR12. Peningkatan pendapatan tidak hanya mendorong pembelian karena faktor kemampuan finansial semata, tetapi juga karena perubahan pola pikir konsumen terhadap perawatan diri atau

gaya hidup.

3. Variabel selera (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada produk *skincare* SR12. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $3,715 >$ dari t tabel $1,977$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu produk, maka semakin besar jumlah permintaan konsumen produk *skincare* SR12. Kekuatan selera berupa rasa puas, dan loyalitas konsumen produk SR12 menjadi penggerak utama permintaan produk, keunggulan emosional pada produk dapat lebih menentukan daripada sekedar harga murah atau daya beli tinggi.
4. Variabel harga, pendapatan dan selera secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen pada produk *skincare* SR12. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $20,023 >$ dari F tabel sebesar $3,99$, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Permintaan terhadap produk *skincare* SR12 pada penelitian ini tidak ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil interaksi yang saling melengkapi antara faktor harga, pendapatan dan selera konsumen. Dengan demikian harga, pendapatan dan selera konsumen di Kecamatan Ampek Angkek menjadi penentu tingginya permintaan produk *skincare* SR12.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran dari hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan teori ekonomi mikro, khususnya dalam analisis permintaan konsumen terhadap produk kecantikan. Pengaruh negatif dan signifikan antara harga dan permintaan membuktikan relevansi hukum permintaan yang menyatakan bahwa peningkatan harga akan menurunkan jumlah barang yang diminta. Sementara itu, pengaruh positif signifikan dari variabel pendapatan dan selera menunjukkan bahwa permintaan produk *skincare*, terutama SR12, bersifat normal good, di mana peningkatan pendapatan konsumen akan diikuti peningkatan pembelian. Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen yang menekankan pentingnya faktor selera dan daya beli dalam menentukan jumlah permintaan konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian perilaku konsumen pada sektor kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia, khususnya dalam produk lokal yang berorientasi pada kualitas dan harga terjangkau.

2. Praktis

Bagi konsumen, hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa dalam mengambil keputusan pembelian produk *skincare*, penting untuk mempertimbangkan keseimbangan antara harga, manfaat, dan kebutuhan pribadi. Konsumen diharapkan lebih selektif dalam menilai produk, tidak hanya berdasarkan harga murah, tetapi juga memperhatikan kualitas, kandungan bahan, serta kesesuaian dengan jenis kulit. Dengan demikian, pembelian dapat memberikan manfaat maksimal tanpa menimbulkan efek negatif bagi kesehatan

kulit.

Bagi para *reseller* dan agen SR12, temuan ini dapat dijadikan acuan dalam menentukan strategi penjualan yang efektif. Mengingat harga berpengaruh negatif terhadap permintaan, maka penetapan harga harus memperhatikan daya beli masyarakat setempat. *Reseller* disarankan untuk menawarkan variasi paket harga, program diskon, atau bundling produk agar lebih menarik bagi konsumen dengan tingkat pendapatan yang beragam. Selain itu, karena selera konsumen berpengaruh positif, maka promosi sebaiknya menonjolkan aspek kualitas, bahan alami, serta testimoni pengguna untuk memperkuat citra positif produk di mata calon pembeli.

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi harga yang kompetitif serta peningkatan nilai produk untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Mengingat bahwa harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan permintaan, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara margin keuntungan dan keterjangkauan harga. Selain itu, karena pendapatan dan selera berpengaruh positif, perusahaan dapat fokus pada peningkatan kualitas produk, inovasi varian *skincare* sesuai kebutuhan konsumen, serta memperkuat strategi branding melalui pendekatan edukatif dan testimoni konsumen. Peningkatan aktivitas pemasaran digital yang berorientasi pada nilai dan manfaat produk juga akan membantu memperkuat loyalitas konsumen kalangan pengguna baru.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan

variabel lain yang mempengaruhi permintaan produk *skincare* seperti harga barang lain seperti harga barang substitusi dan harga barang komplementer, ketersediaan produk, perkiraan mengenai masa depan, dan jumlah penduduk. Dengan lokasi yang berbeda agar memperoleh cakupan data yang lebih banyak dan hasil yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Yudistira, and Bunga Anggita Batubara, 'Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pengrajin Purun Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Mekar', 2 (2023), pp. 1–13
- Abimanyu, Yoopi, *Ekonomi Manajerial*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004
- Adriani, Deni, Anisa Fitria Sinaga, Diana Puspitasari, and Fransiska Adelia Br Sinulingga, 'Analisis Harga, Pendapatan, Dan Permintaan Bahan Pokok Di Medan: Suatu Kajian Literatur', *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10.1 (2022), pp. 71–81, doi:10.24127/pro.v10i1.5413
- Aini, Syarifah, 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jamur Tiram (Pleurotus Ostreatus) (Studi Kasus: Kabupaten Deli Serdang) Syarifah', *Neuropsychology*, 3.8 (2017), pp. 85–102
<http://clpsy.journals.pnu.ac.ir/article_3887.html>
- Akhmad, *Ekonomi Mikro Teori Dan Aplikasi Di Dunia Usaha* (cv Andi Offset, 2014)
- Alfionita., and M. Siahaan, 'Analisis Permintaan Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Pekanbaru', *Jom FEKON*, 2.2 (2015), pp. 1–11
<<https://docplayer.info/64126252-Faculty-of-economics-riau-university-pekanbaru-indonesia.html>>
- Amar, Syaiful, Hendra Riofita, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim, 'Strategi Harga: Analisis Faktor Penentu Dalam Penetapan Harga Produk', *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 11.2 (2024)
- Ammar, Aiman & Asep Agus Handaka & Walim Lili, 'ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK OLAHAN PERIKANAN DI KOTA TASIKMALAYA (STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL CIKURUBUK, KEC. MANGKUBUMI)', *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, VIII.1 (2017), pp. 8–18
- Aprilya, Nurul Wahida & Idris Parakkasi & Sudirman, 'Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7.2 (2024), pp. 151–69
- Arief, Ahmad, and Syaakir Sofyan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gula Di Indonesia', *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 15.2 (2021), pp. 227–52, doi:10.24239/blc.v15i2.810
- Asiva Noor Rachmayani, 'Permintaan Dalam Ekonomi Mikro', *Edunomic*, 2015, p. 6

- Baitul Ainun Makin, Nailly El Muna, Ashlihah, 'Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional', *Istimar*, 6.1 Juni 2023 (2023), pp. 215–24 <<https://core.ac.uk/download/pdf/11715904.pdf>>
- Barokah, Aminatul, 'Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM Asosiasi Laundry Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Di Kota Samarinda', *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2.3 (2025), pp. 130–43
- Chairina, Raden Roro Lia, Mochammad Farid Afandi, Diddo Adding Adove, and Raden Andi Sularso, 'Dampak Gender Pada Pembelian Produk Perawatan Wajah Di Negara Beriklim Tropis', *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12.2 (2023), p. 368, doi:10.30588/jmp.v12i2.1274
- Chandra, Teddy, *SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS* (CV IRDH, 2020)
- Daniel Rubinfeld, Robert Pindyck, *Mikro Ekonomi*, edisi kese (Pearson Education, 2018)
- Darsana I Made et al, *Strategi Pemasaran, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (cv. Intelektual Manifes Media, 2023), 1
- Davies, Bryan Lowes Leslie, and Christopher Pass, *Collins Kamus Lengkap Ekonomi*, 2nd edn (Erlangga, 2006)
- Dopas, Farly A, and Yance Tawas, 'Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren Di Desa Tombatu 2', *Jurnal Ekonomi*, 2018
- Fatharani, Afrida, Nawazirul Lubis, and Reni Shinta Dewi, 'Pengaruh Gaya Hidup (Life Style), Harga (Price), Dan Kelompok Referensi (Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro)', 2009, pp. 1–20
- Fatimah, St, Moh Yasin Soumena, St Nurhayati, Ikhsan Gasali, and A Rio, 'Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah', 1.2 (2023), pp. 45–59, doi:10.35905/rikaz.v2i1.6698
- Gunarsih, Cindy Magdalena, and Lucky F Tamengkel, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang', 2.1 (2021), pp. 69–72
- Guru Pendidikan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2020

hafni sahir, Syafrida, *Metodologi Penelitian*, 2022

Ham, Ferry Christian, Herman Karamoy, and Stanly Alexander, 'ANALISIS PENGAKUAN PENDAPATAN DAN BEBAN PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT PRISMA DANA MANADO', *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 13.2 (2018), pp. 628–38

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020, v

Haryani, Nadila Septyana, Kustopo Budiraharjo, and Migie Handayani, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Bubuk Di UMKM Kopi Kapal Lampung Analysis of Factors Affecting the Demand for Ground Coffee in MSME Kopi Kapal Lampung Pengolahan Mulai Dari Pengolahan Pasca Konsumsi Kopi Di Indonesia Didukung Deng', *Litbang*, 20.1 (2022), pp. 65–78

Helma, Ajil, Meisya Putri, and Andhita Dyorita Khoiryasdien, 'Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare Wajah Pada Mahasiswi Di Yogyakarta Di Tinjau Dari Tingkat Pendapatan The Correlation between Hedonist Lifestyle and Consumer Behavior of Facial Skincare Purchase in Students in Yogyakarta Reviewed from Income Level', 2.September (2024), pp. 206–14

Hu, Stanley, 'Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Permintaan Skincare HANASUI Pada Shopee', 3 (2025)

Ilham, Tavi Supriana, and Salmiah, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Komoditi Kopi Di Sumatera Utara', 2012, pp. 1–14

Irwan, Andi Muhammad, 'TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada Konsumen PT . Lazada Indonesia Di Kota Makassar)', *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1.2 (2019), pp. 164–76

Irwan Muslim, Hanifa Zulnanda, 'Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Kota Pariaman', *Jurnal Economic Development*, 1.1 (2023), pp. 1–21

Konsumen, Perilaku, and Tinjauan Konseptual, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)* (CV. Media Sains Indonesia, 2021), doi:10.31219/osf.io/rwy65

- Kotler, P., and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (PT Gelora Aksara Pratama, 2008)
- Kyandra, Muhammad, Pahrul Fauzi, Article Info, Consumer Preference, Traditional Market, and Logistic Regression, 'Bagaimana Konsumen Mempersepsikan Pasar Tradisional Atau Modern Yang Dibuktikan Dengan Regresi Logistik Preferensi Konsumen', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20.02 (2022), pp. 137–52
- Latmawati, Yulna Dewita Hia, and Rika Verawati, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Selera Konsumen Terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau Di Kejorongan 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interveting (Studi Kasus (Studi Kasus Pada Toko Pada Toko Tuan Muda)', 2014
- Lubis, Amyra Zhahra, Leni Lastrian Nahulae, Nur Marlina Anggraini, Rabiatus Adawiyah, Universitas Islam, Negeri Sumatera, and others, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9.204 (2024), pp. 2022–25
- M. Oloan Asmara Nst, Suri Amilia, 'Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6.1 (2011), pp. 660–69
- Mahardini, Ismi, and Nenik Woyanti, 'Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)', *Diponegoro Journal of Economics*, 1.1 (2012), pp. 1–11 <<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>>
- Mankiw, N. Gregory, *Permintaan Dan Penawaran*, Ninth Edit (Cengage, 2018)
- Mankiw, N. Gregory, *Principles of Economics*, Cengage, Ninth Edit (2019)
- Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti, 'Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen', 5 (2021), pp. 109–30
- Maulana, Ade Syarif, 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT . TOI', 2007
- Murbanto, Sinaga et. al, 'Analisis Pilihan Konsumen Terhadap Barang Substitusi Dan Komplementer', *Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*, 1 (2024)
- Nadia Afrilliana, Sri Rahayu, *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (CV. Penerbit Anugrah Jaya, 2021)

- Nawiyah dan Refanov Constantin Kaemong dan Muhammad Arifin ilham dan Faraby Muhammad, 'Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022', *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1.12 (2023), pp. 1390–96, doi:10.55681/armada.v1i12.1060
- Nur, Yasiinta, Khusnatul Zulfa, and Nur Sayidayul, 'Pengaruh Modal Usaha , Lama Usaha , Tenaga Kerja Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan UMKM Industri Di Kabupaten Ponorogo', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2024), pp. 38–52
- Nurani, Lisa, and Hendri Hermawan Adinugraha, 'Preferensi Konsumen Dalam Memilih Produk Skincare Di Indonesia', 2.2 (2022), pp. 104–13
- Nurul Hanifa, Nur Tho'atika Sari, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembelian Produk Skincare Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya', 3.202 3, pp. 78–91
- Nurullaili Mauliddah dan Didin Fatihudin dan Anita Roosmawarni., *Pengantar Ekonomi Mikro, Proceedings of the National Academy of Sciences (EUREKA MEDIA AKSARA*, 2021), III
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056>%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Oktavianto, Yuda, 'PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA USAHA MIE AYAM PAK AGUS DI KOTA BATU', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3 (2013)
- Owusu, Rebecca, 'Preferensi Konsumen Terhadap Daging Hasil Kultur Laboratorium Dan Daging Tradisional Di Ghana', 9.2 (2025), pp. 484–99, doi:10.13057/asianjagric/g090215
- Pasaribu, Benny, Ari Herawati, Kabul Wahyu Utomo, and Rizqon Aji, 'Metodologi Pasaribu', 2022, pp. 1–208
- Pemerintah, Peran, and Stabilitas Ekonomi Pasar, 'Peran Pemerintah Dalam Stabilitas Ekonomi Pasar', *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.1 (2019), pp. 183–208
- Permata Sari, Desi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.4 (2021), pp. 524–33, doi:10.31933/jimt.v2i4.463

- Ph.D. Ummul Aiman, S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd., M.Pd. Zahara Fadilla Suryadin Hasda, M.Pd.I. Ns. Taqwin S.Kep. M.Kes. Masita, and M.Pd.Mat Ketut Ngurah Ardiawan M.Pd. Meilida Eka Sari, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022
- Prasetyo, Edo Bagus, and Pioni Putra, 'FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN', *Jurnal Indo-MathEdu Intellectuals*, 6.6 (2025), pp. 9662–71
- Pratiwi Sitorus, Anggi, 'Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam', *Attanmiah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.1 (2022), pp. 44–59
<<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>>
- Puranda, Bisnis, 'TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK', 10.1 (2017), pp. 25–36
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, Cv. Wade Group, 2017
- Putri Anggia Sekar, Raja Hardiansyah, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Journal GEEJ (CV. Insan Cendikia Mandiri, 2020), VII
- Ramadhan, Muhammad Fakhri, Rusydi A Siroj, and Muhammad Win Afgani, 'Validitas and Reliabilitas', 06.02 (2024), pp. 10967–75
- Rukminingsih, Gunawan Adnan, and Mohammad Adnan Latief, 'Metode Penelitian Pendidikan : Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas', July, 2022, p. 178
<<https://www.researchgate.net/publication/343179796%0AMETODE>>
- Saputra, Adrian Andhang, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah', *Jurnal Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan Dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang*, 2017, pp. 2013–15
- Saragih, Henri, 'Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesesia Sejahtera Medan', *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 1.2 (2015), pp. 46–54
<<https://ejurnal.methodist.ac.id/index.php/methonomi/article/view/958>>
- Sartika, May, 'ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PENGARUHNYA DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN', *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7.4 (2024), pp. 17354–59

Sawitri, Dyah, 'Ekonomi Mikro Dan Implementasinya', *Graha Ilmu, Yogyakarta*, 2014

Setya Mustafa, Pinton, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan, Sustainability (Switzerland)*, 2019, XI

<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

Setyaningsih, 'Analisis Faktor Determinan Permintaan Produk Kecantikan Wardah Di Surakarta', 2020 <<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/80646/Analisis-Faktor-Determinan-Permintaan-Produk-Kecantikan-Wardah-di-Surakarta%0Ahttps://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/80646/NDM2MjM4/Analisis-Faktor-Determinan-Permintaan-Produk-Kecantikan-Wardah-di-Suraka>>

Siregar, Rahma, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran Keranjang Anyaman Bambu', *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, 4.1 (2016), pp. 62–73

Siti Mir'atus Sholihah dan Novika Wahyuastuti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Implora Di Kota Semarang', *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12.2 (2022), pp. 206–17

Situmorang, Maria Kristina, 'Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36', *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1.1 (2018), pp. 90–98, doi:10.30596/maneggio.v1i1.2340

Suantara, I Gusti Putu Endra, Made Artana, and Kadek Rai Suwena, 'Pengaruh Selera Dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen Pada Produk Emina Di Kabupaten Buleleng', *Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4.1 (2014), pp. 1–10

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (PT Alfabeta, 2020)

Sugono, Dendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008)

Suhana, Mastura, Joni Hendra, Sekolah Tinggi, Agama Islam, Negeri Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, and others, 'Struktur Pasar Dan Penentuan Dan Persaingan Harga', *Jurnal Akuntansi Hukum Dan Edukasi*, 1.2 (2024), pp. 682–92

Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, edisi keti (PT Raja Grafindo Jaya, 2019)

- Suliyanto, 'Ekonometrika Terapan Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS, Yogy', 2011
- Sumar'in, S, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu (Graha Ilmu, 2013)
- Sumarsid, Atik Budi Paryanti, 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI)', *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 12.1 (2022), pp. 70–83
- Suparmoko, M, 'Pengantar Ekonomika Mikro', *BPFE. Yogyakarta*, 2000, p. 214
- Syafei, Rachmat, *Fiqh Mu'amalah* (Pustaka setia, 2000)
- Syafrizal Helmi Situmorang dan Muslich Luthfi, *Analisis Data*, 3rd edn (USU press, 2014)
- Syahroni, Muhammad Irfan, 'Prosedur Penelitian', 2.3 (2022), pp. 43–56
- Syaiful, Muhammad et. al, *Pengantar Ilmu Ekonomi, Liteerasi Nusantara*, 2020, vi
 <<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>&http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal&http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001&http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055&https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006&https://doi.org/10.1>
- Thoha, Ahmadie, *Muqaddimah Ibnu Khaldun Terjemahan*, 1st edn (PT. Temprint, 1986)
- Ummah, Masfi Sya'fiatul, 'Teori Permintaan Dalam Islam', *Sustainability (Switzerland)*, 11.1 (2019), pp. 1–14
 <<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>&http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005&https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>
- Wahyono, Budi, 'ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR BANTUL KABUPATEN BANTUL', *Jurnal Pendidikan Dan Ekonom*, 6.4 (2017), pp. 388–99
- Widjajanta, Bambang, Aristanti Widyaningsih, and Heraeni Tanuatmodjo, 'Mengasah Kemampuan Ekonomi', *Bandung: Citra Praya*, 2007
- Widyasari, Tri, Hamidah, and Sutrisno, 'Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Kosmetik Pada Klinik Kecantikan Di Samarinda', *Cendekia Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 10.2 (2023), pp. 56–66

Yang, Analisis Faktor-faktor, Mempengaruhi Pendapatan, Petani Cengkeh, D I Kecamatan, Kakas Raya, Kakas Raya District, and others, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Cengkeh Di Kecamatan Kakas Raya', 9.1, pp. 143–52

Zilfitri, Faisal Efendi Afrikal Candra Celia, *Teori Ekonomi Mikro* (CV. AZKA PUSTAKA, 2025)

kemenperin.go.id 2024, <https://ikm.kemenperin.go.id/prospek-cerah-ikm-kosmetik-lokal-siap-maksimalkan-pasar-dalam-dan-luar-negeri> diakses pada 16 Januari 2025 pukul 08.35 WIB

technobusiness.id, https://technobusiness.id/insight/ys-insights/2020/10/30/spire-insight-potensi-pasar-kosmetik-indonesia/#google_vignette diakses pada 16 Januari 2025 pukul 08.45 WIB

Naomi Adisty, “Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat,” 2022, n.d., <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>. Diakses pada 30 Juli 2025 pukul 16.35 WIB

Husana Aniq, ‘faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk kosmetik pada mahasiswi muslimah Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura’, jurnal Pembangunan dan Pemerataan, Vol 6, No 4 (2017), pp. 1-10.

worldpopulationreview, 2024, <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country> diakses pada 16 Januari 2025 pukul 09.00 WIB

sr12herbalskincare, <https://sr12herbalskincare.co.id/> diakses pada 16 Januari 2025 pukul 09.00 WIB

Admin Palanta. 2020, <https://langgam.id/kecamatan-ampek-angkek-kabupaten-agam/> diakses pada 13 Agustus 2025 pukul 10.55

Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Agam, 2024. <https://dukcapil.agamkab.go.id/penduduk/agregat/> diakses pada 13 Agustus 2025 pukul 11.03