

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN
LOGO HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN MS GLOW**

SKRIPSI



Nama : Nur Fadilah Isnaini

NIM : 43119010079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**UNIVERSITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**MERCU BUANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN LOGO
HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN MS GLOW**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Mercu Buana Jakarta



Nama : Nur Fadilah Isnaini
NIM : 43119010079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Fadilah Isnaini

NIM : 43119010079

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 11 Maret 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Nur Fadilah Isnaini

NIM : 43119010079

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Fadilah Isnaini
NIM : 43119010079
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN LOGO HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN MS GLOW
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 08232670



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL DAN LOGO HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN MS GLOW”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Febrina Mahliza, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengetahuan, bantuan, nasihat, waktu serta dukungan yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M., Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, SE., M.SI, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dudi Permana., ST, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si dan Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D selaku dosen penguji penulis yang telah memberikan saran serta masukan yang sangat berguna untuk penulis.

5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Kepada Allah SWT atas Rahmat dan Kasih Sayang Nya penulis bisa menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orangtua tercinta, Bapak Sri Widodo dan Ibu Karopah serta mbk Friska yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan serta selalu memberikan motivasi yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan tepat waktu.
8. Sahabat tersayang Regita, Aida, Rosa, Septi, Winda dan Dara yang menemani suka duka perjalanan penulis dari semester 1 hingga saat ini, selalu memberikan doa serta dorongan semangat bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 11 Maret 2023



Nur Fadilah Isnaini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian	15
BAB II RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	18
3. Minat Pembelian.....	20
4. Kualitas Produk.....	22
5. Media Sosial	27
6. Logo Halal	28
7. Penelitian Terdahulu.....	30
B. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian	34
2. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Pembelian	35
3. Pengaruh Logo Halal terhadap Minat Pembelian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Skala Pengukuran	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
F. Metode Pengumpulan Data	43
G. Metode Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif	44
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis Deskriptif.....	49
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
2. Deskripsi Responden.....	50
3. Deskripsi Variabel.....	52
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	55
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian	65
2. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Pembelian	66
3. Pengaruh Logo Halal terhadap Minat Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	<i>Brand Ambassador MS Glow</i>	10
Gambar 2. 1	Rerangka Konseptual.....	36
Gambar 4. 1	<i>Loading Factor</i> model awal.....	56
Gambar 4. 2	<i>Loading Factor Valid</i>	58
Gambar 4. 3	Hasil <i>Uji Bootstrapping</i>	64



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	10 Brand Skincare Terlaris	2
Tabel 1. 2	Data Jumlah Penduduk Wanita di Daerah Tangerang Selatan	4
Tabel 1. 3	Jaringan Penjualan MS Glow di Daerah Tangerang Selatan	5
Tabel 1. 4	Hasil <i>Pra Survey Variabel</i>	13
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1	Variabel Operasional Kualitas Produk, Logo Halal, Sosial Media dan Minat Pembelian.....	41
Tabel 3. 2	Skala Pengukuran	42
Tabel 3. 3	<i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i>	46
Tabel 3. 4	<i>Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif</i>	47
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	52
Tabel 4. 5	Analisis Deskriptif Media Sosial	53
Tabel 4. 6	Analisis Deskriptif Logo Halal	54
Tabel 4. 7	Analisis Deskriptif Minat Pembelian.....	54
Tabel 4. 8	<i>Loading Factor</i> Belum Valid.....	57
Tabel 4. 9	<i>Loading Factor</i> Valid.....	59
Tabel 4. 10	<i>Average Variance Extacted</i>	60
Tabel 4. 11	<i>Fornell – Larcker Criterion</i>	60
Tabel 4. 12	<i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4. 13	Uji Realibilitas (<i>Cronbach’s Alpha & Composite Reliability</i>)	62
Tabel 4. 14	Hasil <i>R2 Adjusted</i>	62
Tabel 4. 15	<i>F-Square</i>	63
Tabel 4. 16	<i>Q - Square</i>	63
Tabel 4. 17	Uji Hipotesis	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	75
2	Hasil <i>Output</i> Kuesioner	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA