



**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK UNTUK  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
METODE *INTERPRETIVE STRUCTURAL MODELING* (ISM)**

**DI PT. DKE**

**LAPORAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
SENORA DIANISA  
MERCU BUANA  
41620110050**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**



**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK UNTUK  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
METODE *INTERPRETIVE STRUCTURAL MODELING* (ISM)**

**DI PT. DKE**

**LAPORAN SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
SENORA DIANISA**

**41620110050**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Senora Dianisa  
NIM : 41620110050  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Interpretive Structural Modeling* (ISM) di PT. DKE

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 02 Juni 2024



Senora Dianisa

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Senora Dianisa  
NIM : 41620110050  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Interpretive Structural Modeling* (ISM) di PT. DKE

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana/Strata 1 pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik / Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Alfa Firdaus, S.T., M.T.

NIDN : 0308047801

Ketua Penguji : Dr. Agus Ismail, S.Si, M.Eng.

NIDN : 0831088401

Anggota Penguji : Diah Utami, S.T., M.T.

NIDN : 0301099102

()  
()  
()

Jakarta, 20 Juli 2024

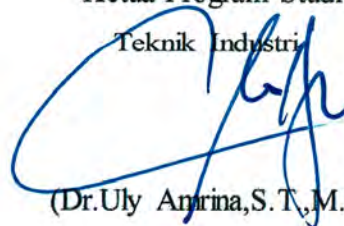
Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



(Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T.)

Ketua Program Studi

Teknik Industri  


(Dr. Uly Anrina, S.T., M.M.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Industri pada Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Zulfa Fitri Ilkatrinasari, MT. Selaku Dekan Fakultas Teknik Program sarjana.
3. Ibu Dr. Uly Amrina, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
4. Bapak Dr. Alfa Firdaus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Agus Ismail, S.Si., M.Eng. dan Ibu Diah Utami, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji Skripsi atas koreksi dan arahan serta masukannya.
6. Ibu Darini, Bapak Erdianis (alm), dan Bapak Darlis selaku orang tua penulis yang sudah memberikan dukungan moral dan materi.
7. Rahmat Fauzi, Louise Dede Lhomaz, Oldi Dede Ricardo, dan Fahri Reza Kifli selaku keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan moral dan materi.
8. dr. Asad Ali sebagai *owner* di PT. Derma Konsep Estetika dan Ibu Hanny Dwihayani selaku atasan serta rekan kerja di PT. Derma Konsep Estetika.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Juli 2024

Senora Dianisa



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Senora Dianisa

NIM : 41620110050

Program Studi : Teknik Industri

Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Interpretive Structural Modeling* (ISM) di PT. DKE

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Juni 2024

Yang menyatakan,

(Senora Dianisa)

## ABSTRAK

Nama : Senora Dianisa  
NIM : 41620110050  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Interpretive Structural Modeling* (ISM) di PT. DKE  
Pembimbing : Dr. Alfa Firdaus, S.T., M.T.

Label halal pada produk kosmetik memiliki peran krusial, keberadaan label halal menjamin kesesuaian dengan syariat Islam dan memastikan produk bebas dari bahan non-halal. Pada penelitian ini diketahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik sebesar 22,8% dengan responden wanita dewasa berusia >17 tahun dan didominasi oleh responden muda (89% berusia 17-30 tahun) dan berpendidikan tinggi (86,9% SMA/SMK dan S1). Mayoritas responden yang merupakan karyawan swasta (70%) mengindikasikan adanya daya beli yang cukup dan potensi loyalitas merek jika kebutuhan mereka terpenuhi. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mewujudkan terjadinya keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal. Metode yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah *Interpretive Structural Modeling* (ISM) dengan dibantu pendapat para ahli (*expertis*) maka dapat disimpulkan bahwa kriteria kunci dalam strategi pemasaran adalah kriteria Mencantumkan label halal pada produk (A1) dan Promosi sosial media & Influencer muslim (A8), dimana kedua faktor tersebut sebagai dasar terwujudnya kriteria yang mempengaruhi terhadap kriteria lain.

Kata kunci : Label Halal, Kosmetik, Keputusan Pembelian, Strategi Pemasaran, *Interpretive Structural Modeling* (ISM)



## **ABSTRACT**

*Name* : Senora Dianisa  
*NIM* : 41620110050  
*Study Program* : *Industrial Engineering*  
*Title Thesis* : *Analysis of the Influence of Halal Labels on Cosmetic Purchasing Decisions to Determine Marketing Strategies Using the Interpretive Structural Modeling (ISM) Method at PT. DKE*  
*Counsellor* : Dr. Alfa Firdaus, S.T., M.T.

*Halal labels on cosmetic products have a crucial role, the existence of halal labels ensures compliance with Islamic law and ensures that products are free from non-halal ingredients. In this study, it is known that the influence of halal labels on cosmetic purchase decisions is 22.8% with adult female respondents aged >17 years and dominated by young respondents (89% aged 17-30 years) and highly educated (86.9% high school/vocational school and S1). The majority of respondents who are private employees (70%) indicated sufficient purchasing power and potential brand loyalty if their needs are met. Therefore, companies need the right marketing strategy to realize the decision to buy halal-labeled cosmetic products. The method used to determine the marketing strategy in this study is Interpretive Structural Modeling (ISM) with the help of the opinions of experts, so it can be concluded that the key criteria in the marketing strategy are the criteria of Listing halal labels on products (A1) and Social Media Promotion & Muslim Influencers (A8), where these two factors are the basis for the realization of criteria that affect other criteria.*

*Keywords: Halal Labels, Cosmetics, Purchasing Decisions, Marketing Strategies, Interpretive Structural Modeling (ISM)*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Konsep dan Teori .....	7
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Jenis Data dan Informasi .....	35
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	40
3.5 Langkah-langkah Penelitian .....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	46
4.2 Pengolahan Data.....	60

4.3 Hasil .....	65
4.4 Pembahasan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan metode AHP, ANP, dan ISM.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan metode AHP, ANP, dan ISM (Lanjutan).....	4
Tabel 2.1 Hubungan Kontekstual dalam ISM.....	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	29
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	30
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	32
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	33
Tabel 3. 1 Skor Pilihan Jawaban Responden .....	37
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Label Halal (X).....	39
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 3. 4 Tabel Format Reachability Matrix (RM).....	44
Tabel 4. 1 Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur.....	46
Tabel 4. 2 Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4. 3 Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4. 4 Kriteria Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 4. 5 Kriteria Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	51
Tabel 4. 6 Tabel Ceklis Kriteria Penelitian Terdahulu .....	51
Tabel 4. 7 Tabel Ceklis Kriteria Penelitian Terdahulu (Lanjutan) .....	52
Tabel 4. 8 Tabel Kriteria dan Sub Kriteria.....	53
Tabel 4. 9 Tabel Kriteria dan Sub Kriteria (Lanjutan).....	54
Tabel 4. 10 Tabel Distribusi Responden terhadap Variabel X (Label Halal) .....	54
Tabel 4. 11 Tabel Distribusi Responden terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	55
Tabel 4. 12 Structural Self-Interaction Matrix Expertis 1 .....	56
Tabel 4. 13 Structural Self-Interaction Matrix Expertis 2 .....	57
Tabel 4. 14 Structural Self-Interaction Matrix Expertis 3 .....	58
Tabel 4. 15 Structural Self-Interaction Matrix Expertis 4 .....	59
Tabel 4. 16 Structural Self-Interaction Matrix Expertis 5 .....	60

Tabel 4. 17 Tabel Uji Validitas Instrumen Label Halal (X) .....	61
Tabel 4. 18 Tabel Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y) .....	61
Tabel 4. 19 Tabel Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 20 Gabungan Structural Self-Interaction Matrix Expertis .....	64
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4. 22 Tabel Hasil Uji Linearitas .....	67
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	67
Tabel 4. 24 Tabel Koefisien Determinasi .....	68
Tabel 4. 25 Tabel Reachability Matrix (RM) .....	69
Tabel 4. 26 Conical Matrix .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumen Kosmetik Halal 2022.....	1
Gambar 1. 2 Dashboard Sertifikat Halal Produk Kosmetik.....	2
Gambar 2. 1 Safi Facial Wash .....	8
Gambar 2. 2 Kahf Exfoliating Scrub .....	8
Gambar 2. 3 Skin Aqua Sunscreen .....	8
Gambar 2. 4 Wardah Lipstick.....	9
Gambar 2. 5 Inez Eyeshadow Palette.....	9
Gambar 2. 6 Tresemme Shampoo Hair Fall Control .....	10
Gambar 2. 7 Wardah Anti Aging Day Cream.....	10
Gambar 2. 8 Logo Halal Lama (bulat) dan Logo Halal Baru (seperti wayang) ...	14
Gambar 2. 9 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3. 1 Langkah Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot .....	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram .....	63
Gambar 4. 3 Diagraph Structural Model.....	71
Gambar 4. 4 Diagram MICMAC .....	72

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA