

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN LABEL HALAL**

**TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOW**

**(Studi pada Pembeli Skincare Ms Glow)**

**SKRIPSI**



Nama: Siti Nurfatimah

Nim: 43120010198

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN LABEL HALAL**

**TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOW**

**(Studi pada Pembeli Skincare Ms Glow)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama: Siti Nurfatimah

Nim: 43120010198

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Nurfatihah

NIM : 43120010198

Program Studi : S-1 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 24 Juni 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Siti Nurfatihah

43120010198

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurfatihah  
NIM : 43120010198  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Label halal Terhadap  
Minat Beli produk *Ms Glow* (Studi pada Pembeli Skincare Ms Glow)  
Tanggal : 30 Agustus 2024

Disahkan Oleh:  
Pembimbing

  
Dr. Daru Asih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si; AK; CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244565



Scan QR or [click here](#)  
to Verification

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan label halal terhadap minat beli konsumen terhadap produk MS Glow di Jabodetabek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Jabodetabek yang memiliki minat pembelian produk Skincare Ms Glow. Sampel penelitian berjumlah 140 responden berusia 18-30 tahun. Metode yang digunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan pernyataan indikator dalam penelitian. Analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling PLS 4.0. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Ms Glow, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk Ms Glow, dan label halal secara signifikan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap produk MS Glow di Jabodetabek

Kata Kunci: *Citra Merek, Harga, Label Halal, Minat Beli.*



## **ABSTRACT**

*This study aims to test and analyze the influence of brand image, price, and halal labels on consumers' buying interest in MS Glow products in Jabodetabek. The population in this study is all Greater Jakarta consumers who are interested in purchasing Ms Glow Skincare products. The research sample was 140 respondents aged 18-30 years. The method used is the nonprobability sampling method with the purposive sampling technique. This study uses a descriptive quantitative approach. Data collection was carried out through a questionnaire using indicator statements in the study. Data analysis using Partial Least Squares Structural Equation Modeling PLS 4.0. The results of the study showed that brand image had a positive and significant effect on consumer buying interest in Ms Glow products, price had a positive and significant effect on consumer buying interest in Ms Glow products, and halal labels significantly had a significant positive influence on consumer buying interest in MS Glow products in Jabodetabek*

*Keywords: Brand Image, Price, Halal Label, Purchase Intention.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh citra merek, harga dan label halal terhadap minat beli produk *Ms Glow*”**. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercu Buana. Penyusunan Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada ibu Daru Asih Dr., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, saran, pengetahuan, waktu serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Rais dan Ibu Juriah yang memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr, Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen penelaah seminar proposal skripsi dan dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr, Yanto Ramli, M.M selaku ketua dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
4. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku ketua program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Bapak Dr. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
9. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
10. *I'm very grateful to myself, I know it's not easy, but you can always do it, I'm very proud of myself, thank you for fighting this far.*
11. Sahabat seperjuangan, di waroeng emak yang sudah menemani dan memberi dukungan moral dalam penyusunan skripsi ini. *You are really kind to me and i hope we can succees and achive our dreams guys.*
12. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak dalam perbaikan skripsi ini. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 21 Juni 2023

Siti Nurfatihah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
b. Fungsi Pemasaran.....	16
2. Minat Beli.....	17
a. Pengertian Minat Beli.....	17
b. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	18
c. Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	19
3. Citra Merek.....	19
a. Pengertian Citra Merek .....	19
b. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	20
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	21
4. Harga .....	22
a. Pengertian Harga .....	23

b.	Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	24
c.	Dimensi dan Indikator Harga .....	25
5.	Label Halal .....	26
a.	Pengertian Label Halal .....	26
b.	Faktor Yang Mempengaruhi Label Halal.....	28
c.	Dimensi Indikator dan Label Halal .....	28
d.	Penelitian Terdahulu.....	29
B.	Pengembangan Hipotesis.....	40
1.	Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	40
2.	Hubungan Antara Harga Terhadap Minat Beli .....	41
3.	Hubungan Antara label Halal Terhadap Minat Beli.....	42
4.	Kerangka Konseptual .....	42
a.	Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A.	Waktu dan Penelitian.....	45
B.	Desain Penelitian .....	45
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	46
1.	Definisi Variabel .....	46
2.	Operasionalisasi Variabel.....	48
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	49
E.	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	50
1.	Populasi .....	50
2.	Sampel .....	51
F.	Metode Pengumpulan Data .....	52
G.	Metode Analisis Data .....	53
1.	Analisis Deskriptif.....	53
2.	Uji Instrumen.....	53
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	54
a.	Pengertian <i>Partial Least Square</i> .....	54
b.	Menguji Model Pengukuran (Outer Model).....	54
c.	Menguji Model Struktural (Inner Model) .....	56

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Analisis Deskriptif.....	59
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	59
2. Karakteristik berdasarkan usia .....	60
3. Karakteristik berdasarkan wilayah tempat tinggal .....	60
4. Karakteristik berdasarkan pengeluaran perbulan .....	61
C. Deskriptif jawaban responden .....	61
1. Hasil deskriptif jawaban variabel citra merek .....	62
2. Variabel harga .....	62
3. Variabel label halal.....	63
4. Variabel minat beli .....	63
D. Hasil Uji Kualitas Data.....	64
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	64
a. Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	64
b. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	68
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	69
a. Hasil pengujian nilai R-square .....	69
b. Hasil nilai F-Square .....	70
c. Hasil pengujian hipotesis.....	70
E. Hasil dan pembahasan .....	72
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	72
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	72
3. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
A. Simpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Populasi Muslim Di ASEAN.....	3
Gambar 1. 2 Hasil survey yang membuat wanita merasa insecure.....	4
Gambar 1. 3 Produk skincare MS Glow .....	5
Gambar 1. 4 Top Brand Skincare.....	6
Gambar 1. 5 Ms Glow Clinic Official.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual .....	43
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	65
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS .....	66
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data BPS Mengenai industri kosmetik .....	1
Tabel 1. 2 Pra survei.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	48
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan usia .....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan wilayah tempat tinggal.....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik berdasarkan pengeluaran perbulan.....	61
Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Citra Merek	62
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Harga .....	62
Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Label Halal	63
Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Beli .	63
Tabel 4. 9 Hasil pengujian Convergent Validity.....	64
Tabel 4. 10 Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi).....	65
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	66
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian AVE.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) ..	68
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai R-Square .....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai F-Square .....	70
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	70