

**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN GETOK
TULAR ELEKTRONIK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SCARLETT**

(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Alfina Salsabila

NIM : 43120010209

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN GETOK
TULAR ELEKTRONIK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SCARLETT**

(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA)

SKRIPSI

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



Nama : Alfina Salsabila

NIM : 43120010209

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfina Salsabila

NIM : 43120010209

Program Studi : Manajemen S1

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 30 Agustus 2024



Alfina Salsabila


43120010209

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alfina Salsabila
NIM : 43120010209
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN
GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK SCARLETT (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA)
Tanggal Sidang : 30 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244569



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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh label halal, citra merek, dan getok tular elektronik terhadap minat beli produk Scarlett studi pada mahasiswa Universitas Mercu Buana. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana yang mengetahui produk Scarlett dan telah membuka sosial media dalam kurun waktu 6 bulan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel kepada responden yang sengaja dipilih dan telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan getok tular elektronik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Label Halal, Citra Merek, Getok Tular Elektronik, Minat Beli, Skincare Scarlett



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal labeling, brand image, and electronic word of mouth (e-WOM) on the purchase intention of Scarlett products, with a case study on students of Mercu Buana University. The population in this research consists of students at Mercu Buana University who are aware of Scarlett products and have accessed social media within the past six months. The study adopts a descriptive quantitative approach. The data analysis method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with the analysis tool Smart-PLS. The sampling technique employed is purposive sampling, where respondents are intentionally selected based on predetermined criteria, with a total sample of 140 respondents. Data collection was conducted using primary data through the distribution of questionnaires via Google Forms. The results of this study indicate that halal labeling has a positive and significant influence on purchase intention, brand image has a positive and significant influence on purchase intention, and electronic word of mouth has a positive and significant influence on purchase intention.

KeyWords: *Halal Label, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention, Scarlett Skincare*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadirat Allah SWT., karena berkah rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Getok Tular Elektronik Terhadap Minat Beli Produk Scarlett”. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Pemasaran. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Penyusunan ini juga dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak lainnya. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya tercinta Ibu Yuni dan Bapak Sudir yang tidak hentinya memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M dan Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.

4. Seluruh Dosen dan Staff di FEB Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
8. Kepada teman-teman yang telah memberikan saya semangat yaitu para anak Emak Homies Cewek (Ica Moms, Adel, Ina, Itiz, Sucang, Fania, Cheryl, Bilqis, dan Chase) dan juga anak lainnya, *you guys are incredible! See u on the next top guys!*
9. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan proposal skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, and I wanna thank me for never quitting.*

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan

dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2023

Alfina Salsabila



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian	18
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka	19
1. Manajemen Pemasaran	19
2. Minat Beli	25
3. Label Halal	28
4. Citra Merek	32
5. Getok Tular Elektronik	36
6. Penelitian terdahulu	40
B. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual	53
BAB III	56
METODE PENELITIAN	56
A. Waktu dan Tempat Penelitian	56
B. Desain Penelitian	56

C. Definisi dan Operasional Variabel	57
D. Skala Pengukuran	60
E. Populasi dan Sampel Penelitian	61
F. Jenis dan Sumber Data	62
G. Metode Pengumpulan Data	63
H. Metode Analisis Data	63
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Perusahaan	70
B. Statistik Deskriptif	72
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian	91
BAB V	94
SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Simpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Perbedaan BPJPH dan LPPOM MUI	5
1.2	Hasil Pra Survei	16
2.1	Penelitian Terdahulu	40
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	59
3.2	<i>Instrument</i> Skala Likert	61
4.1	Kategori Produk Scarlett	71
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	73
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Label Halal	74
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Citra Merek	75
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Getok Tular Elektronik	76
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Beli	77
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	79
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	81
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	83
4.12	Hasil Pengujian AVE	84
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	84
4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	85
4.15	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>)	86
4.16	Nilai R ² Variabel Endogen	87
4.17	Hasil Pengujian F-Square	88
4.18	Hasil Pengujian Nilai Q-Square	89
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023	2
1.2	Negara Konsumen Halal di Dunia	4
1.3	Perubahan Logo Label Halal Terbaru	6
1.4	Top 10 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i>	9
1.5	Data Penjualan Scarlett 2019-2022	10
1.6	<i>Review</i> Produk Scarlett di Instagram	12
1.7	<i>Review</i> produk Scarlett pada situs <i>website</i>	13
2.1	Kerangka Konseptual	55
4.1	Logo Scarlett	71
4.2	Hasil Algoritma PLS	80
4.3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	82
4.4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	102
2	Hasil Kuesioner	106
3	Hasil <i>Output</i> PLS	121

