

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI PADA
KONSUMEN HANASUI DI JABODETABEK**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Artika Sari

NIM : 43120110290

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI PADA
KONSUMEN HANASUI DI JABODETABEK**

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Artika Sari

NIM : 43120110290

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Artikasari
NIM : 43120110290
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).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 September 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Artikasari
NIM : 43120110290

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Artika Sari
NIM : 43120110290
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Konsumen Hanasui di Jabodetabek
Tanggal Sidang : 12 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1
Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244610



**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : Artika Sari
NIM */Student id Number* : 43120110290
Program Studi */Study program* : S1 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Konsumen Hanasui di Jabodetabek”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

10 Januari 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

22 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Januari 2025
Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana
/Head of FEB Administrator

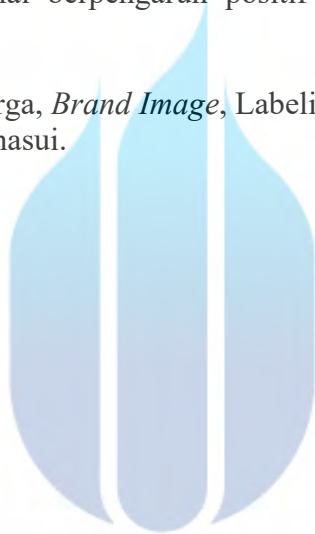
scan or  *<link QR>> for verify*

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, *brand image* dan labelisasi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui. Objek dalam penelitian ini ialah konsumen produk kosmetik Hanasui di Jabodetabek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden, dihitung berdasarkan rumus Slovin. Metode pengambilan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan pendekatan yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM-PLS) dengan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, *brand image* dan labelisasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Brand Image*, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian, Kosmetik Hanasui.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to test the influence of price perception and brand image and halal labeling on purchasing decisions for Hanasui cosmetic products. The objects of this research are consumers of Hanasui cosmetic products at Jabodetabek. The sample used in this research was 150 respondents, calculated based on the Slovin formula. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The sampling technique used purposive sampling and the approach used was Structural Equation Model (SEM-PLS) with the SmartPLS 3.0 analysis tool. The results of this research show that price perception, brand image and halal labeling have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Price Perception, Brand Image, Halal Labeling, Purchasing Decisions, Hanasui Cosmetics.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Konsumen Hanasui di Jabodetabek**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu saya tercinta yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Segenap keluarga besar yang telah memberikan semangat, dukungan serta doa yang tiada henti untuk kelancaran saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat berarti demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si, dan Bapak Dr. Ir. Robert Edward, M.M., MT, selaku penguji sidang yang telah memberikan kritik, saran, dukungan dan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
7. Bapak Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
8. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
9. Para sahabat saya dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan dorongan semangat untuk menyusun skripsi ini.

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 skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 12 September 2024

Artika Sari

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| PERNYATAAN SIMILARITY CHECK | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GRAFIK | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 16 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 16 |
| D. Kontribusi Penelitian | 17 |
| BAB II | 18 |
| KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAKAN HIPOTESIS | 18 |
| A. Kajian Pustaka | 18 |
| 1. Manajemen Pemasaran..... | 18 |
| 2. Perilaku Konsumen | 21 |
| 3. Keputusan Pembelian | 24 |
| 4. Persepsi Harga | 28 |
| 5. <i>Brand Image</i> | 32 |
| 6. Labelisasi Halal | 37 |
| B. Penelitian Terdahulu | 40 |
| C. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual | 44 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Kerangka Konseptual | 48 |
| 2. Hipotesis..... | 49 |
| BAB III..... | 50 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 50 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 50 |
| B. Desain Penelitian | 50 |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 51 |
| 1. Variabel Penelitian | 51 |
| 2. Operasionalisasi Variabel..... | 54 |
| D. Skala Pengukuran | 56 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 57 |
| 1. Populasi Penelitian | 57 |
| 2. Sampel Penelitian..... | 57 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 58 |
| G. Metode Analisis Data | 59 |
| 1. IBM SPSS Statistic 23..... | 59 |
| 2. <i>Partial Least Square</i> (PLS)..... | 60 |
| BAB IV | 67 |
| HASIL PEMBAHASAN..... | 67 |
| A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian..... | 67 |
| 1. Sejarah Hanasui | 67 |
| 2. Visi dan Misi Hanasui | 68 |
| B. Statistik Deskriptif..... | 68 |
| 1. Deskripsi Responden..... | 68 |
| 2. Deskripsi Variabel..... | 73 |
| C. Hasil Analisis Data | 79 |
| 1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 79 |
| 2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 89 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 94 |
| 1) Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 94 |
| 2) Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 95 |

| | |
|---|------------|
| 3) Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian | 95 |
| BAB V..... | 96 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 96 |
| A. Kesimpulan..... | 96 |
| B. Saran | 96 |
| DAFTAR PUSTAKA | 98 |
| LAMPIRAN..... | 105 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 1.1 | Data Penjualan Produk Kosmetik Periode Ramadhan | 3 |
| 1.2 | Persentase Label yang Diperhatikan | 6 |
| 1.3 | Produk Hanasui | 9 |
| 1.4 | Data Top Brand Index Produk Masker <i>Peel Off</i> Tahun 2023 | 11 |
| 1.5 | Perbandingan Harga Produk Pesaing Hanasui | 12 |
| 1.6 | Hasil Pra Survey | 13 |
| 2.1 | Penelitian Terdahulu | 40 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel | 55 |
| 3.2 | Instrument Skala Likert | 56 |
| 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 69 |
| 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 70 |
| 4.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 71 |
| 4.4 | Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili | 72 |
| 4.5 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Hanasui | 65 |
| 4.6 | Rentang Skala | 74 |
| 4.7 | Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Harga | 75 |
| 4.8 | Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i> | 76 |
| 4.9 | Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Labelisasi Halal | 77 |
| 4.10 | Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian | 78 |
| 4.11 | Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i> | 80 |
| 4.12 | Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i> (Modifikasi) | 82 |
| 4.13 | Hasil Pengujian <i>AVE</i> (<i>Average Variance Extracted</i>) | 83 |
| 4.14 | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>) | 84 |
| 4.15 | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>) | 86 |
| 4.16 | Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>) | 87 |
| 4.17 | Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> | 87 |
| 4.18 | Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> | 88 |
| 4.19 | Hasil Pengujian <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) | 89 |
| 4.20 | Hasil Pengujian <i>Coefficient of Determination</i> ($R^2 - R$ Square) | 91 |
| 4.21 | Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> ($Q^2 - Q$ Square) | 91 |
| 4.22 | Hasil Pengujian <i>Effect Sizes</i> ($F^2 - F$ Square) | 92 |
| 4.23 | Hasil Pengujian Hipotesis | 94 |

DAFTAR GRAFIK

| Grafik | Judul | Halaman |
|--------|---|---------|
| 1.1 | Grafik Penjualan Produk Kosmetik Tahun 2014-2023 | 2 |
| 1.2 | Grafik Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak di Dunia | 4 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|--------|--------------------------------------|---------|
| 2.1 | Model Kerangka Konseptual Penelitian | 48 |
| 4.1 | Hasil Algoritma PLS | 81 |
| 4.2 | Hasil Algoritma PLS | 82 |
| 4.3 | Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> | 93 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|----------|----------------------------|---------|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 105 |
| 2 | Tabulasi Jawaban Responden | 109 |
| 3 | Deskripsi Responden | 125 |
| 4 | Deskripsi Variabel | 126 |
| 5 | Hasil Uji Model Pengukuran | 128 |
| 6 | Hasil Uji Model Struktural | 131 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA