

**PENGARUH CITRA MEREK, LABEL HALAL DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH**
(Studi Pada konsumen di Kota Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Cucuk Juarsih

NIM : 43119010412

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Cucuk Juarsih
Nim : 43119010412
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang di tulis atau di terbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.



Jakarta, 09 juli 2024



Cucuk Juarsih

Nim: 43119010412

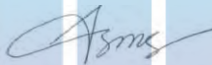
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Cucuk Juarsih
NIM : 43119010412
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Abdul Gani, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Manajemen

LPTA 04244249



Please Scan QRCode to
[Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, label halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen kosmetik wardah. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang akan membeli produk wardah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 160 responden dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini Citra Merek, Label Halal Dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen kosmetik Wardah

Kata kunci : Citra merek, Label Halal, Kualitas Produk, Minat Beli



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, halal labels and product quality on consumer buying interest in Wardah products. The population in this study are consumers who will buy Wardah products. The number of samples used was 160 respondents and the analysis technique used in this research was Partial Least Square (PLS) analysis. The results of this research: Brand Image, Halal Label and Product Quality have a positive and significant effect on consumers' buying interest in Wardah cosmetics

Keywords: Brand Image, Halal Label, Product Quality, Buying Interest



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugrah, serta karunia-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Label Halal, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli konsumen kosmetik Wardah”.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Abdul Gani, SE., MM selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Peneliti juga berterimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr.Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku. Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si,AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Dudi permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;
6. Teristimewa keluarga tercinta Bapak Dodo Rukanda, Ibunda Johariah,

serta kakak Adi Ahmadi, atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti

7. Sahabat dan orang-orang terdekat, atas Do'a, dukungan, dan waktu yang telah banyak diluangkan kepada peneliti
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juni 202

Cucuk Juarsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian pustaka	10
1. Manajemen pemasaran	10
2. Perilaku konsumen.....	10
3. Minat Beli.....	12
4. Citra merek.....	14
5. Label halal	17
6. Kualitas produk.....	19
7. Penelitian terdahulu.....	20
B. Pengembangan Hipotesis	25
1. Pengaruh citra merek terhadap minat beli	25
2. Pengaruh label halal terhadap minat beli.....	26
3. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli	26

C. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Waktu Tempat Penelitian.....	28
B. Desain Penelitian.....	28
C. Definisi dan Oprasionalisasi Variabel Penelitian	28
D. Skala Pengukuran Variabel.....	32
E. Populasi dan sampel Penelitian	33
1. Populasi Penelitian	33
2. Sampel penelitian	34
F. Metode Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
B. Analisi Data	45
C. Hasil Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	52
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli (H1).....	64
2. Pengaruh Label halal terhadap Minat Beli (H2)	65
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli (H3)	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra Survei	6
Tabel 2. 1 Penelitian Pendahuluan.....	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	33
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	46
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	47
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Label Halal.....	49
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	51
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	53
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>).....	58
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	59
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	61
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik Di Indonesia 2010-2023	2
Gambar 1. 2 Daftar Merek Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan.....	3
Gambar 1. 3 Top Brand Awards 2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Valid.....	53
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Valid).....	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	82
Lampiran 3 Hasil Analisis Data PLS (Partial Least Square).....	84
Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis	89

