

PENGARUH LABEL HALAL, *BRAND IMAGE* & KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE*

***MATTE LIP CREAM* DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

J.A. JELITA SRIKANDI PERTIWI

20012010226/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH LABEL HALAL, *BRAND IMAGE* & KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE*
MATTE LIP CREAM DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

J.A. JELITA SRIKANDI PERTIWI

20012010226/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH LABEL HALAL, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
WARDAH *EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM* DI SIDOARJO**

Disusun Oleh :

J.A. JELITA SRIKANDI PERTIWI

20012010226 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 22 November 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP

NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : J.A. Jelita Srikandi Pertiwi
NPM : 20012010226
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Label Halal, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* Di Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 22 November 2024

Yang Menyatakan



(J.A. Jelita Srikandi Pertiwi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “PENGARUH LABEL HALAL, *BRAND IMAGE* & KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM* DI SIDOARJO”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan. Namun, berkat bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak, semua hambatan tersebut dapat teratasi. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Allah SWT. yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, dan ketenangan jiwa kepada penulis dalam menghadapi berbagai rintangan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku koordinator Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelatenan memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat

berharga bagi penulis selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan beliau, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Prodi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mahfud dan Ibu Rosdalena, yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta motivasi tanpa henti. Tanpa cinta dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan pernah sampai pada titik ini. Mereka adalah sumber inspirasi dan kekuatan bagi penulis.
8. Kakak tercinta, Larasati, yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta memahami segala kesibukan penulis selama proses penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik, Shinta, Kinan, Dea, Melyka, dan Fiqri. Terima kasih atas kebersamaan, diskusi, dan bantuan yang tak ternilai selama proses ini. Terima kasih telah menemani penulis di setiap langkah perjalanan ini, bahkan ketika penulis sering kali menghilang dalam kesibukan. Momen-momen bersama selama perkuliahan akan selalu menyenangkan untuk diingat. Bertemu dengan kalian merupakan hal yang patut penulis syukuri.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen, yang telah berbagi ilmu, pengalaman, dan kebersamaan yang tidak akan terlupakan. Terima kasih atas semua momen berharga yang telah kita lewati bersama.
11. Para responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Kontribusi Anda sangat berarti bagi kesuksesan penelitian ini.
12. Semua pihak lain yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Setiap dukungan dan bantuan yang diberikan sangatlah berarti bagi penulis.

13. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri atas semua usaha dan kerja keras yang telah dilakukan dari awal perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini. Terima kasih telah mempercayai kemampuan diri dan tidak pernah ragu untuk melangkah maju. Saya menghargai setiap pengorbanan dan waktu yang telah diinvestasikan tanpa henti, serta dedikasi yang terus menerus dalam mencapai tujuan. Saya bangga pada diri sendiri karena selalu berusaha memberikan yang terbaik, tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk orang lain. Terima kasih kepada diri saya yang telah berjuang dengan penuh semangat dan tetap menjadi pribadi yang autentik sepanjang perjalanan ini.

Penulis memahami bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga masukan dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa depan. Semoga karya ini bermanfaat bagi semua pihak, terutama dalam mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang manajemen.

Surabaya, 15 Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Penelitian Terdahulu.....	17
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. Pengertian Pemasaran	21
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.2.3. Label Halal	23
2.2.4. <i>Brand Image</i>	27
2.2.5. Kualitas Produk	29
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	32
2.3. Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4. Kerangka Konseptual.....	36

2.5.	Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1.	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.2.	Pengukuran Variabel	44
3.2.	Teknik Penentuan Sampel	45
3.2.1.	Populasi	45
3.2.2.	Sampel.....	45
3.2.3.	Teknik Sampling	46
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1.	Jenis Data	46
3.3.2.	Sumber Data	47
3.3.3.	Metode Pengumpulan Data	47
3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.4.1.	Uji Validitas	48
3.4.2.	Uji Reliabilitas	49
3.5.	Teknik Analisa dan Uji Hipotesis	49
3.5.1.	Teknik Analisis Data	49
3.5.2.	Cara Kerja PLS	50
3.5.3.	Model Spesifikasi PLS	51
3.5.4.	Langkah-Langkah PLS.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2.1.	Analisis Karakteristik Responden.....	57
4.2.2.	Deskripsi Variabel.....	59
4.3.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	70

4.3.1.	Analisis Outer Model.....	70
4.3.2.	Analisis Inner Model.....	75
4.3.3.	Uji Hipotesis.....	76
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.4.1.	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1.	Kesimpulan.....	83
5.2.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN		90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Komparasi Top Brand Index Kategori Lipstik	4
Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Label Halal (X1).....	60
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	62
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	64
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4. 7 <i>Outer Loadings (Original Sample, Sample Mean, STDEV, T-Values)</i>	71
Tabel 4. 8 <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	73
Tabel 4. 10 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	73
Tabel 4. 11 <i>Latent Variable Correlations</i>	74
Tabel 4. 12 <i>R-Square</i>	75
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023.....	2
Gambar 1. 2 Top 10 Brand Lokal Lipstik.....	3
Gambar 1. 3 Grafik Komparasi Top Brand Index Kategori Lipstik	4
Gambar 1. 4 Jenis Lipstik Terfavorit di Semester 1 Tahun 2024.....	5
Gambar 1. 5 Keluhan Customer Produk Mudah Luntur	8
Gambar 1. 6 Keluhan Customer Kualitas Produk Menurun.....	9
Gambar 1. 7 Klaim Wardah	11
Gambar 1. 8 Grafik Data Penjualan Wardah <i>Exclusive Matte Lip Cream</i> di Toko Guardian Mall Lippo Plaza Sidoarjo	12
Gambar 1. 9 Grafik Data Penjualan Wardah <i>Exclusive Matte Lip Cream</i> di Toko Kosmetik Diva <i>Beauty Shop</i> & Ayu Shop A Sidoarjo.....	13
Gambar 2. 1 Penggantian Label Halal MUI ke Label Halal Baru	26
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 3. 1 Konstruksi Diagram Jalur.....	52
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	70
Gambar 4. 2 Inner Model dengan T-Statistic Bootstrapping	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran. 2 Tabulasi Data.....	96
Lampiran. 3 Hasil Frekuensi Jawaban Responden	99
Lampiran. 4 Hasil Olah Data PLS	101
Lampiran. 5 Permintaan Data Penjualan Toko Kosmetik di Sidoarjo	106

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL, *BRAND IMAGE*, & KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE* *MATTE LIP CREAM* DI SIDOARJO

OLEH:

J.A. JELITA SRIKANDI PERTIWI

20012010226/FEB/EM

Perkembangan teknologi di era globalisasi telah menggeser gaya hidup dan kebutuhan manusia dimana tidak hanya kebutuhan makanan, pakaian, kesehatan, dan pendidikan, tetapi juga kebutuhan merawat tubuh. Bagi wanita, tampil cantik dan percaya diri kini menjadi prioritas, sehingga penggunaan kosmetik semakin meningkat. Lipcream matte semakin diminati karena teksturnya yang lembut, tidak kering, dan tahan lama. Wardah merespons kebutuhan ini dengan meluncurkan Exclusive Matte Lip Cream, yang menjaga bibir tetap lembap dan memberikan hasil akhir velvet matte. Berdasarkan data Top Brand Index, meskipun Wardah memimpin kategori lipstik dari 2020 hingga 2024, akan tetapi trennya menurun secara konsisten. Penjualan Exclusive Matte Lip Cream di toko kosmetik di Sidoarjo pada tahun 2022—2024 juga mengalami fluktuasi.

Penelitian ini membahas pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Persepsi Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode non-probability sampling dan teknik purposive sampling dalam pemilihan sampel. Kriteria sampel meliputi masyarakat yang berdomisili di Sidoarjo, berusia minimal 17 tahun, serta pernah membeli atau menggunakan produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream setidaknya satu kali. Penelitian ini melibatkan 100 responden, dengan analisis data dilakukan menggunakan teknik Partial Least Squares (PLS).

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Label Halal memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo. Selain itu, Brand Image juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk tersebut. Demikian pula, Persepsi Kualitas Produk menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream di Sidoarjo.

Kata Kunci: *brand image*; keputusan pembelian; kualitas produk; label halal.