



**PENGARUH IKLAN, LABEL HALAL, CITRA MEREK,
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS**

Oleh :
RAKHUL ASYIFA
NIM 2015-11-033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**



**PENGARUH IKLAN, LABEL HALAL, CITRA MEREK,
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KOSMETIK WARDAH
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MURIA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :
RAKHUL ASYIFA
NIM 2015-11-033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2019**

**PENGARUH IKLAN, LABEL HALAL, CITRA
MEREK, KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN KOSMETIK WARDAH
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 05 Agustus 2019

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE. MM. AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



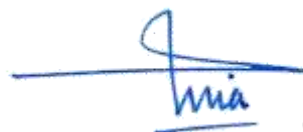
Sutono, SE. MM, Ph.D.
NIDN. 0626017003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



D. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Mia Ajeng Alfiana, SE. MM.
NIDN. 0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sebaik-baik kamu ialah orang yang belajar al-Qur'an dan mengajarkannya kepada orang lain”.
(HR. Bukhari)

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.
(HR. Turmudzi)

“Sukses bukanlah final, kegagalan tak terlalu fatal. Keberanian untuk melanjutkanlah yang lebih penting”.
(Winston S. Churchill)

Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta.
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan semangat.
3. Sahabatku yang tersayang.
4. Almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik dengan judul **Pengaruh Iklan, Label Halal, Citra Merek, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Kosmetik Wardah Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus**. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Mia Ajeng Alfiana, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini .
5. Keluarga besar meliputi dosen pengajar, karyawan dan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH IKLAN, LABEL HALAL, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**RAKHUL ASYIFA
NIM. 2015-11-033**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D..
2. Mia Ajeng Alfiana, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh positif iklan, label halal, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen kosmetik Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Variabel yang diajukan adalah empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu iklan, label halal, citra merek dan kepercayaan merek sebagai variabel bebas dan sedangkan loyalitas konsumen sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap semua mahasiswa konsumen kosmetik Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan dianalisis dengan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan, label halal, citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kosmetik Wardah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Perusahaan sebaiknya mengevaluasi iklan produknya sehingga pesan dapat tersampaikan dan lebih mudah dipahami oleh konsumen secara keseluruhan dan diharapkan dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan selalu menjaga kualitas produk dan pelayanannya tetap baik.

Kata kunci: iklan, label halal, citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISING, HALAL LABELS, BRAND IMAGES, BRAND TRUST ON THE LOYALTY OF WARDAH COSMETIC CONSUMERS IN THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

RAKHUL ASYIFA
NIM. 2015-11-033

Guidance Lecturer : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D..
2. Mia Ajeng Alfiana, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the positive influence of advertising, halal labels, brand image, and brand trust in Wardah cosmetics consumer loyalty at the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University. The variables proposed are four independent variables and one dependent variable, namely advertising, halal label, brand image and brand trust as independent variables and while consumer loyalty as the dependent variable.

This research was conducted by surveying all Wardah cosmetics consumer students at the Faculty of Economics and Business at Muria Kudus University and analyzed by regression. The results showed that the advertising variables, halal labels, brand image and brand trust influenced the loyalty of Wardah cosmetics consumers at the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University. Companies should evaluate their product advertisements so that messages can be conveyed and are more easily understood by consumers as a whole and are expected to maintain consumer confidence by always maintaining good product quality and service.

Keywords: advertising, halal label, brand image, brand trust and consumer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Iklan.....	13
2.2. Label Halal.....	15
2.3. Citra Merek.....	19
2.4. KepercayaanMerek.....	22
2.5. LoyalitasKonsumen.....	26
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	30
2.7. HubunganAntarVariabel.....	32
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.9. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Rancangan Penelitian.....	42
3.2. Variabel PenelitiandanDefinisi Operasional.....	42

3.3. Jenis dan Sumber Data	45
3.4. Populasi dan Sampel.....	46
3.5. Pengumpulan Data.....	48
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.7. Pengolahan Data	51
3.8. Metode Analisa Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2. Penyajian Data.....	58
4.3. Analisis Data	64
4.4. Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran-saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Ketertarikan Iklan Kosmetik di Indonesia Tahun 2018.....	1
Tabel 1.2 Produk Kosmetik Bersertifikat Halal di Indonesia Tahun 2018.	3
Tabel 1.3 Top Brand Indeks kategori Bedak Mukatabur tahun 2018.....	4
Tabel 1.4 Top Brand Indeks kategori Lipstik tahun 2018.....	5
Tabel 1.5 Top Brand Indeks kategori Maskara tahun 2018.....	5
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	49
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	51
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Angkatan.....	59
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Program Studi.....	59
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	60
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Iklan.....	61
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Label Halal.....	62
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Kepercayaan Merek.....	63
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen.....	64
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi.....	65
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Parsial (signifikansi $\alpha = 5\%$).....	66
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Berganda (signifikansi $\alpha = 5\%$).....	69
Tabel 4.12. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	70

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
---	----

