



**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS
PELANGGAN**
(Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Sariayu Martha
Tilaar Kudus)

Oleh :

DWI RAHMAWATI

2016-11-188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS
PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Sariayu Martha
Tilaar Kudus)**

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

Oleh :

DWI RAHMAWATI

2016-11-188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS
PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Sariayu Martha
Tilaar Kudus)**

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

Kudus, Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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



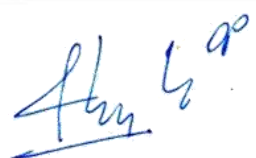
(Dr. Supriyono, SE, MM)
NIDN. 0614037104

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pembimbing II



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

 28/8 20
(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM)
NIDN. 0022038001

MOTTO PERSEMBAHAN

Motto:

“Yakin dengan apa yang sudah kamu usahakan, tidak ada yang tidak mungkin di mata Allah SWT.”

Persembahan :

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, penulis mempersembahkan penulisan skripsi ini untuk orang-orang yang bearti:

1. Kedua orang tuaku yang telah mendidiku memberikan cinta, kasih sayang, dukungan dan mendoakan tiada henti untuk pengorbanan dan kepercayaan kalian kepadaku.
2. Untuk suamiku yang selalu memberikan semangat sebagai motivasiku dan sabar untuk selalu mendapingiku.
3. Untuk sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan manajemen 2016 Universitas Muria Kudus yang senantiasa menjadi keluarga dan berbagi ilmu selama ini.
4. Alamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang tak terlupakan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan ridhonya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan. Sholawat serta salam saya haturkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya yang merupakan panutan terbaik bagi umatnya. Maksud dalam penulisan ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Adapun dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari aktivitas berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan hidayahnya, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberi petunjuk, kekuatan lahir batin sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE.,MM.,AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

4. Dr. Supriyono, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan konsultasi, bimbingan dan arahnya dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, saran dan bimbingan yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, amin.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan konsultasi, bimbingan dan arahnya dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, saran dan bimbingan yang telah diberikan, semoga Allah SWT selalu membalas dengan kebaikan dan keberkahan, aamiin.
6. Kepada dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh staf karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Orang tua penulis Bapak Suhardi dan Ibu Murtini dan suami penulis, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan mendoakan apapun yang terbaik untuk penulis, orang tua yang telah berjuang sehingga Saya bisa ke jenjang saat ini.
9. Universitas Muria Kudus Almamater tercinta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang tidak terlupakan oleh penulis

10. Semua teman-teman manajemen angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta pihak diluar sana yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah berbagi ilmu dan memberikan pelajaran hidup yang berharga dalam hidup penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa dalam penyajian dan pembahasan skripsi masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Kudus, 18 Juli 2020
Penulis

Dwi Rahmawati
NIM.201611188



**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS
PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Sariayu Martha
Tilaar Kudus)**

Dwi Rahmawati
201611188

Pembimbing: 1. Dr. Supriyono, SE, MM

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen untuk mengetahui masalah, mencari informasi tentang produk atau merek dan mengevaluasi produk untuk dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan untuk Loyalitas Pelanggan secara harfiah adalah kesetiaan. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan pada produk Sariayu Martha Tilaar. Teknik pemilihan sample dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pengujian dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SEM AMOS.

Tahapan dalam permodelan SEM terdiri dari beberapa tahap yaitu: 1. Pengembangan model berbasis teori, 2. Path Diagram, 3. Menyusun persamaan structural, 4. Memilih jenis matriks dan estimasi model, 5. Meneliti identifikasi model struktural, 6. Evaluasi kriteria Goodness of Fit, 7. Interpretasi dan modifikasi model. Data penelitian dikumpulkan dari 110 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan (5) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Loyalitas pelanggan

**EFFECT OF HALAL LABELS AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS THAT HAVE AN IMPACT ON CUSTOMER
LOYALTY (Study Of Customer Cosmetic Sariayu Martha Tilaar Kudus)**

Dwi Rahmawati
201611188

Pembimbing: 1. Dr. Supriyono, SE, MM
2. Indah Dwi Prasetya Ningrum, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACTION

Purchasing decisions are a series of processes that start from the consumer to find out the problem, find information about the product or brand and evaluate the product to be able to solve the problem, which then leads to a purchase decision. Whereas for Customer Loyalty is literally loyalty. The purpose of this study was to test the Effect of Labels Halal and Quality of Products Decision Purchase What's Impact On Loyalty Customers on Sariayu Martha Tilaar's products. Sample selection technique in this study uses purposive sampling method. Testing and processing data using SEM AMOS software.

The stages in SEM modeling consist of several stages, namely: 1. Floating theory-based models, 2. Path Diagrams, 3. Arranging structural equations, 4. Choosing the type of matrix and estimation models, 5. Researching identification of structural models. 6. Evaluate the Goodness of Fit criteria, 7. Interpretation and modification of the model. Research data were collected from 110 respondents. The results of the analysis show that (1) Halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) Halal label has a positive and significant effect on customer loyalty, (4) Product quality has a positive effect and significant to Customer Loyalty and (5) purchasing decisions have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Halal Label, Product Quality, Purchase Decisions and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACTION.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan teori	13
2.1.1 Label Halal	13
2.1.2 Kualitas produk	16
2.1.3 Keputusan pembelian	20
2.1.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	29
2.1.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2 Hasil penelitian terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Penelitian Teoritis	33
2.4 Perumusan hipotesis.....	35
2.5 Hubungan variabel	36
2.5.1 Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	36

2.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	37
2.5.3	Pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.5.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.5.5	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Rancangan Penelitian	40
3.2	Definisi dan pengukuran	40
3.2.1	Variabel Dependen (Y)	40
3.2.2	Variabel independen (X)	41
3.3	Jenis dan sumber data.....	42
3.4	Teknik populasi dan sampel	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.4.3	Teknik pengambilan sampel.....	44
3.5	Pengumpulan data	44
3.6	Data	45
3.7	Analisis data	46
3.7.1	Analisis deskriptif	46
3.7.2	Analisis internal.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.1	Sejarah Singkat Sariayu Martha Tilaar	53
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	55
4.2	Tanggapan responden.....	56
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
4.4	Uji Analisis Data	61
4.4.1	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen	61
4.4.1.1	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen	61
4.4.1.2	Uji variabilitas endogen	63
4.4.1.3	Pengujian Jumlah penguatan setelah pemodelan	64
4.4.1.4	Pengujian Formulasi endogen setelah pembentukan model	66

4.4.2	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model	69
4.4.2.1	Uji Normalitas Data	69
4.4.2.2	Uji Outlier	70
4.4.3	Pengujian Validitas Konstruk Full Model.....	71
4.5	Analisis Konfirmatori Full Model.....	72
4.6	Analisis Squared Multiple Correlation.....	74
4.7	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	75
4.8	Analisis Pengaruh Langsung, Tidaky Langsung dan Total.....	78
4.8.1	Analisis Pengaruh Langsung antar Variabel Laten	78
4.8.2	Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten.....	79
4.8.3	Analisis Pengaruh Total antar Variabel Laten	80
4.9	Pembahasan.....	81
4.9.1	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.9.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	82
4.9.3	Pengaruh Label Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
4.9.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.9.5	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pembelian.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Popularitas Kosmetik Berdasarkan Produk Bersertifikat Halal.	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Sariayu.....	5
Tabel 3.1 Table Table Fit Index.....	50
Tabel 4.1 Pengelompokan berdasarkan umur.....	56
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4.3 Pengelompokan Hasil dari hasil pekerjaan.....	57
Tabel 4.4 Statistik deskriptif variabel Label halal.....	58
Tabel 4.5 Statistik deskriptif variabel Kualitas produk.....	59
Tabel 4.6 Statistik deskriptif variabel Beli pembelian.....	60
Tabel 4.7 Statistik deskriptif variabel Pelanggan setia.....	61
Tabel 4.8. Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen.....	62
Tabel 4.9. Standardized RegressionWeightsVariabel Endogen.....	64
Tabel 4.10. Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen.....	66
Tabel 4.11. Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen.....	67
Tabel 4.12 Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Contruct Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i>	71
Tabel 4.15 Uji Full Model goodness of fit SEM.....	73
Tabel 4.16 Nilai Squared Multiple Correlation.....	74
Tabel 4.17 Tabel Regression Weights.....	75
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	79
Tabel 4.20. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	80
Tabel 4.21. Pengaruh Total antar Variabel Laten.....	80

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang berdampak pada Loyalitas Pelanggan.....	35
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	62
Gambar 4.2. Uji stres endogen sebelum pembuatan model.....	63
Gambar 4.4 Uji stres endogen setelah koreksi model.....	67
Gambar 4.5 Pemeriksaan menyeluruh level eksogen dan endogen.....	68
Gambar 4.6 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM).....	73

