



**PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI KLINIK KECANTIKAN LARISSA KUDUS
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi
dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel penelitian Intervening)**

Diajukan oleh :

**LENY IZATUL IMRO'AH
NIM 2017-11-472**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI
KLINIK KECANTIKAN LARISSA KUDUS (Studi Kasus
Mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dengan
Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening)**

Nama : Leny Izatul Imro'ah
NIM : 2017-11-472
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, Agustus 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, SE.MM
NIDN. 0628048702

Dosen Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, SE.MM
NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Keptati Sumekar, SE, MM
NIDN. 0616077304

Dosen Pembimbing II



Noor Azis, S.E., M.M
NIDN 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (**Ar Rumm ayat 31**)

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka keselamatan dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah (**H. R. AL Baihagi**)

Tidak boleh dengki dan iri hati kecuali dalam 2 hal :iri hati terhadap orang yang dikaruniai harta dan dia selalu menginfakannya pada malam hari dan siang hari. Juga iri hati kepada yang diberi kepandaian membaca Al-Qur'an, dan dia membacanya setiap malam dan siang hari” (**HR. Bukhari dan Muslim**)

PERSEMBAHAN :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah ayah dan ibu berikan kepada saya. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya, terima kasih karena selalu ada untukku. Ibu dan ayah telah melalui banyak perjuangan dan rasa sakit. Tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk ayah dan ibu.
2. Skripsi ini kupersembahkan untuk orang paling istimewa dalam hidupku. Suami adalah sosok terbaik, yang selalu membantu saat saya butuh bantuan. Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk orang yang saya cintai. Terima kasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan kebijaksanaan.
3. Skripsi ini saya persembahkan untuk anak saya yang sangat baik waktu di dalam perut menemani ibu dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai.
4. Skripsi ini saya persembahkan untuk adik saya. Terimakasih untuk adik perempuan saya.
5. Terimakasih untuk teman dan sahabat yang selalu ada disisi saya. Terimakasih untuk teman dan sahabat yang turut membantu dalam skripsi saya.
6. Merampungkan skripsi ini bukan suatu hal yang mudah yang harus kujalani sebagai mahasiswa. Terima kasih, Bapak dan Ibu pembimbing karena telah rela meluangkan waktu untuk membimbingku.

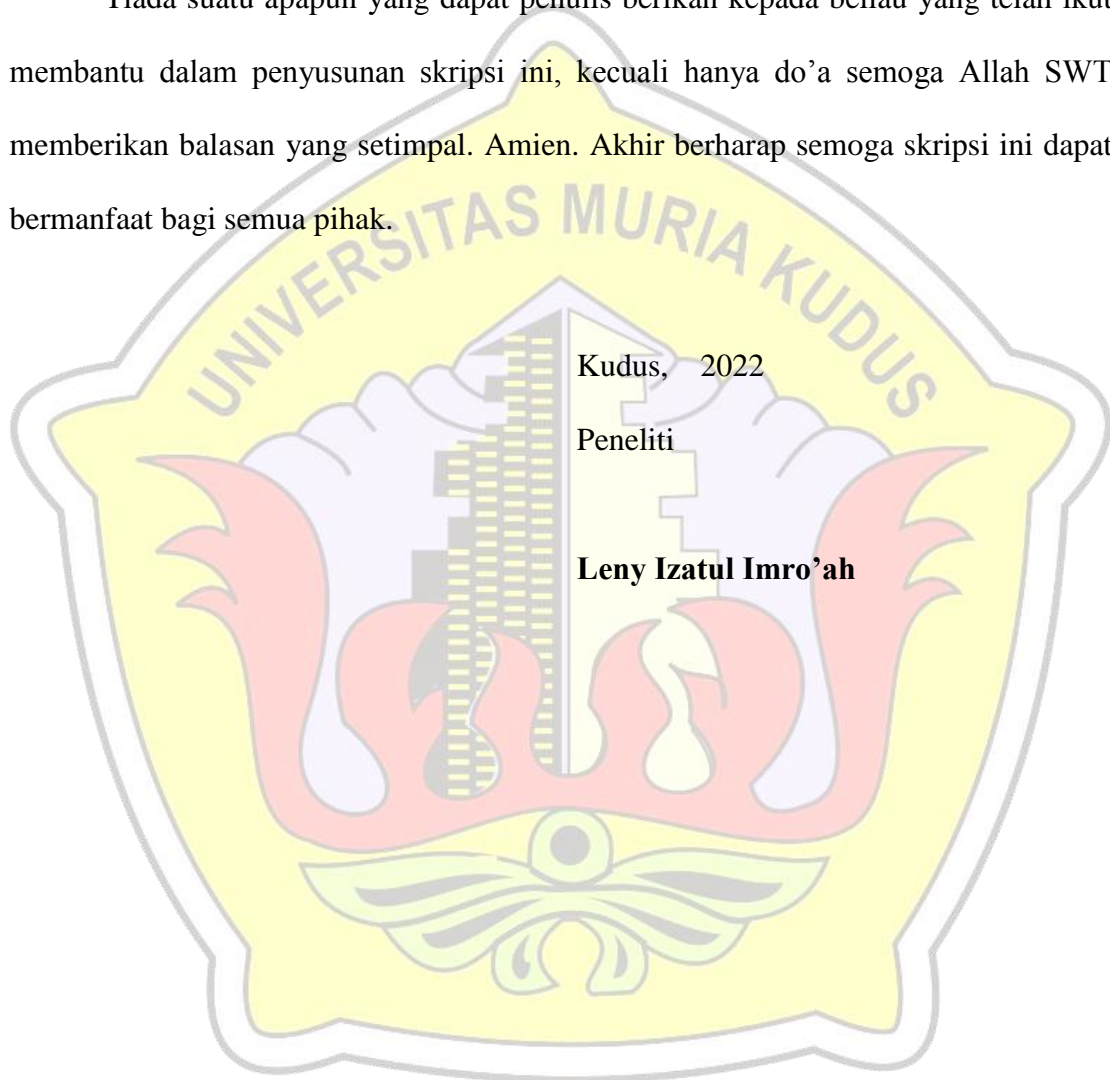
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI KLINIK KECANTIKAN LARISSA KUDUS (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening)** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan dan memfasilitasi untuk belajar dan meneruskan jenjang Pendidikan di Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Ketua Program studi Manajemen yang telah memberikan izin penelitian serta selaku Dosen Pembimbing I atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

4. Noor Azis, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



**PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
DI KLINIK KECANTIKAN LARISSA KUDUS
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dengan
kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening)**

**LENY IZATUL IMRO'AH
NIM 2017-11-472**

Pembimbing 1 Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 Noor Azis, SE, MM

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

ABSTRAKSI

Penelitian memiliki tujuan Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Klinik Kecantikan Larissa Kudus. Obyek penelitian penelitian ini adalah para pelanggan menjadi pelanggan di Klinik Kecantikan Larissa Kudus ada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis UMK yang dijadikan penelitian, sehingga pengumpulan datanya mempergunakan kuesioner, sumber datanya berupa data primer yang merupakan hasil penyebaran angket dan data sekunder tentang gambaran mengenai obyek penelitian yaitu produk di klinik kecantikan Larissa Kudus pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis UMK, pengolahan datanya mempergunakan komputer program SEM AMOS yang merupakan program komputer untuk statistik, dengan alasan agar hasil yang diperoleh lebih valid dalam menganalisis statistik dengan kuesioner dengan validitas dan reliabilitas. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Ada pengaruh signifikan label halal terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus ;(2) Ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus; (3) Ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus; (4) Ada pengaruh signifikan label halal terhadap minat beli ulang pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus; (5) Ada pengaruh signifikan harga terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus, (6) Ada pengaruh signifikan signifikan kualitas layanan terhadap minat beli pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus. (7) Ada pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada Klinik Kecantikan Larissa Kudus.

Kata kunci :Label halal, persepsi harga, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.

***THE INFLUENCE OF HALAL LABELS, PRICE PERCEPTIONS, AND
SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTEREST AT THE LARISSA
KUDUS BEAUTY CLINIC***

***(Case Study of Muria Kudus University Students, Faculty of Economics with
Customer Satisfaction as an Intervening Variable)***

**LENY IZATUL IMRO'AH
NIM 2017-11-472**

Pembimbing 1 Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2 Noor Azis, SE, MM

The aim of this research is to influence Halal Label, Price Perception, and Service Quality on Repurchase interest at Larissa Kudus Beauty Clinic. The object of this research is that customers become customers at the Larissa Kudus Beauty Clinic. There are Economics and Business Students of UMK who are used as research, so that the data collection uses questionnaires, the data source is primary data which is the result of distributing questionnaires and secondary data about the description of the research object, namely the product. at the Larissa Kudus beauty clinic for Economics and Business Students of UMK, the data processing uses a computer program SEM AMOS which is a computer program for statistics, with the reason that the results obtained are more valid in analyzing statistics with questionnaires with validity and reliability. The conclusions in this study are as follows: (1) There is a significant effect of halal label on customer satisfaction at Larissa Kudus Beauty Clinic; (2) There is a significant effect of price perception on customer satisfaction. at the Larissa Kudus Beauty Clinic; (3) There is a significant effect of service quality on customer satisfaction at the Larissa Kudus Beauty Clinic; (4) There is a significant effect of halal label on repurchase intention at Larissa Kudus Beauty Clinic; (5) There is a significant effect of price on buying interest at the Larissa Kudus Beauty Clinic. (6) There is a significant significant effect of service quality on buying interest at the Larissa Kudus Beauty Clinic. (7) There is a significant effect of customer satisfaction repurchase interes at Larissa Kudus Beauty Clinic.

Keywords: Halal label, price perception, service quality, customer satisfaction, repurchase inteest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Persepsi Harga	13
2.2. Kepercayaan	11
2.3. Kualitas Pelayanan	16
2.4. Kepuasan Pelanggan	19
2.5. Minat Beli	21
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.7. Pengaruh Antar Variabel	29
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.9. Hipotesis	35
BAB. III. METODE PENELITIAN	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. jenis dan Sumber Data	41
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	41
3.5. Metode Pengumpulan Data	42
3.6. Pengolahan Data.....	43
3.7. Uji Instrumen Data	62
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.2. Penyajian Data	57
4.3. Analisis Data	65
4.4. Pembahasan	83
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Index Klinik Kecantikan /Perawatan Kulit	4
1.2. Data Pengunjung Pasien Larissa Aesthetic Center di Kudus Periode Januari 2019 s.d Desember 2020	5
4.1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin	57
4.2. Usia	58
4.3. Frekuensi Variabel Label Halal	59
4.4. Frekuensi Variabel Persepsi Harga	59
4.5. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	60
4.6. Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang	61
4.7. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	61
4.8. Uji Convergent Validity	62
4.9. Uji Variance Extracted (AVE)	63
4.10. Discriminant Validity	64
4.11. Uji Reliabilitas	65
4.12. Uji Normalitas Data	66
4.13. Analisis Outliers	67
4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen.....	69
4.15. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Tahap 2	70
4.16. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Tahap 1	71
4.17. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Tahap 2	72
4.18. Pengujian Kesesuaian Analisis Structural Equation Modelling.....	74
4.19. Regression Weights	78
4.20. Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM	80
4.21. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pikir Teoritis	34
2.1. Logo Larissa	56
4.1. Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen Tahap 1.....	68
4.2. Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen Tahap 2.....	69
4.3. Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen Tahap 1.....	71
4.4. Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen Tahap 2.....	72
4.5. Analisis Full Measurement	74
4.6. Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	75

