



**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER*, *BRAND IMAGE* DAN
LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* SCARLETT WHITENING (STUDI
PADA PENGGUNA PRODUK *SKINCARE* SCARLETT
WHITENING DI KOTA KUDUS)**

Diajukan Oleh :

RISA NOFITA RISKI

NIM. 2018-11-357

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

TAHUN 2023

PENGARUH *BEAUTY VLOGGER*, *BRAND IMAGE* DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SCARLETT*
WHITENING (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK *SKINCARE SCARLETT*
WHITENING DI KOTA KUDUS)

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

Pembimbing I

Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M.

NIDN. 0628048702

Pembimbing II

Dian Wismar'ain, S.E.,M.M.

NIDN. 0612127702

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M.

NIDN. 0628048702

**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER*, *BRAND IMAGE* DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
SCARLETT WHITENING (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK
SKINCARE SCARLETT WHITENING DI KOTA KUDUS)**

Nama : Risa Nofita Riski
NIM : 201811357
Program Studi : S1-Manajemen

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

Kudus, 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Pembimbing II

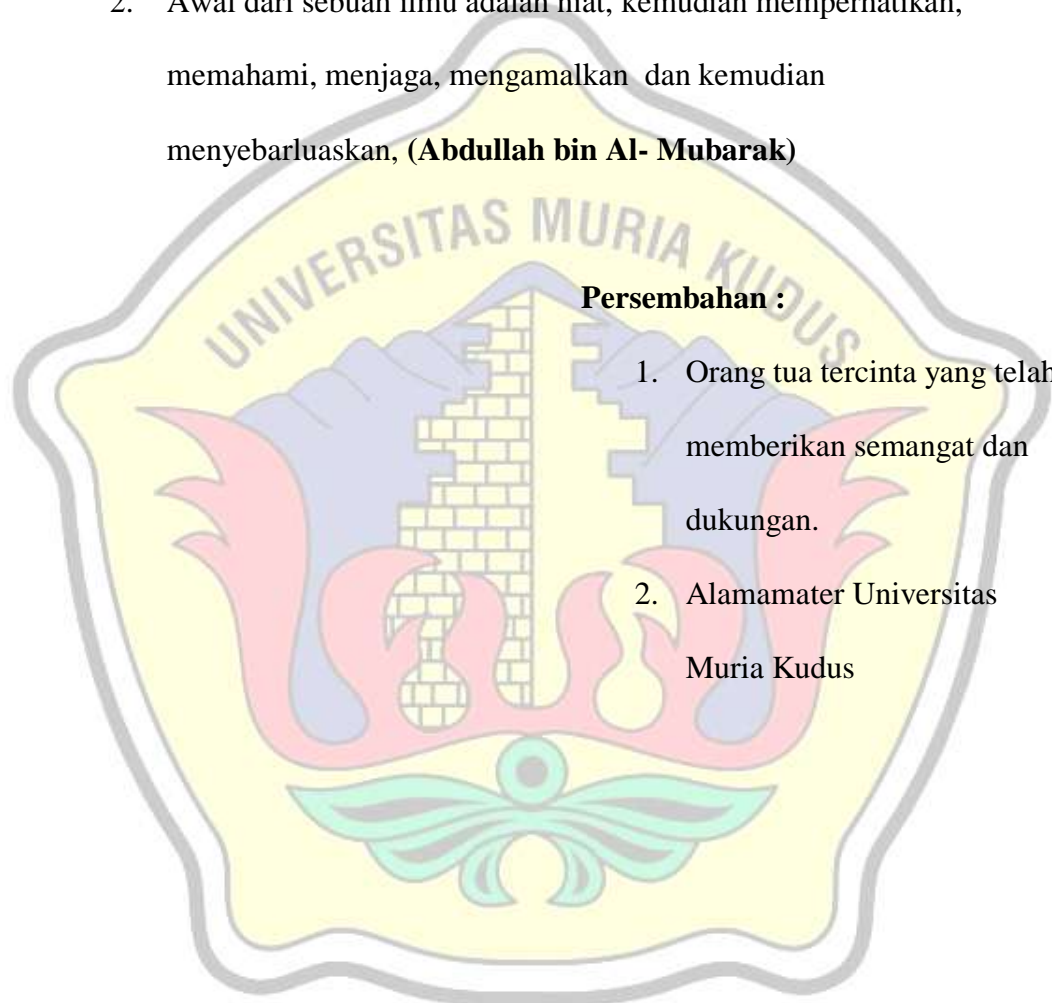

Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304


Dian Wismar'ain, S.E., M.M.
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Maka apabila dirimu telah menyelesaikan suatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain. (**Al Insirah:7**)
2. Awal dari sebuah ilmu adalah niat, kemudian memperhatikan, memahami, menjaga, mengamalkan dan kemudian menyebarluaskan, (**Abdullah bin Al- Mubarak**)



Persembahan :

1. Orang tua tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan.
2. Alamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segalarahmat dan hidayahnya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Beauty Vlogger*, *Brand Image* dan Label Halal Terhadap Keputusan pembelian Produk *Skincare* Scarlett Whitening studi pada pengguna produk *Skincare* Scarlett Whitening di Kota Kudus” dengan lancar. Skripsi ini skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Stara 1 (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis setulus hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing 1 yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Dian Wismar'ain SE. MM. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan dalam proses menyusun skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya Alm. Bapak Sulikan dan Ibu Noor Cahyati yang

telah memberikan dukungan serta do'a yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya selama ini.

6. Sahabatku Isti, Fitria, Elly Aren serta teman-teman, yang telah memberikan perhatian, semangat, dukungan serta menemani disetiap langkah hingga pencapaian, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun ini jauh dari kata kesempurnaan mengingat keterbatasan dan kemampuan serta ilmu pengetahuan penulis dan penulis meminta maaf atas segala kekeliruan yang ada, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menjadikan skripsi ini agar mudah untuk dipahami, oleh karena itu penulis dengan senang hati penerima kritik dan saran dari segala pihak

Kudus, Januari 2023

Penulis

Risa Nofita Riski

201811357

PENGARUH *BEAUTY VLOGGER*, *BRAND IMAGE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE SCARLETT WHITENING* (Studi Pada Pengguna *Skincare Scarlett Whitening* di Kota Kudus)

**Risa Nofita Riski
201811357**

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M
2: Dian Wismar'ain, S.E, M.M

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *beauty vlogger*, *brand whitening* (studi pada pengguna produk *skincare scarlett whiteng* di Kota Kudus). Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini juga menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, koefisien determinasi serta menggunakan teknik analisis linier berganda. Hasil analisis diperoleh bahwa *beauty vlogger* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} (1998) > t_{tabel} (1987)$ dan nilai signifikansinya $0,021 < 0,05$. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} (2,805) > t_{tabel} (1987)$ dan nilai signifikansinya $0,006 < 0,05$. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} (2,009) > t_{tabel} (1987)$ dan nilai signifikansinya $0,047 < 0,05$. Saran dari penelitian ini agar mampu meningkatkan keahlian *beauty vlogger* dalam menyampaikan review merupakan indikator paling rendah dibandingkan indikator lainnya.

Kata kunci: *beauty vlogger*, *brand image*, label halal, keputusan pembelian.

**THE INFLUENCE OF BEAUTY VLOGGER, BRAND IMAGE AND HALAL
LABEL ON DECISION TO PURCHASE SARLETT WHITENING
SKINCARE (Study on Scarlett Whitening Skincare users in Kudus City)**

Risa Nofita Riski
201811357

Mentor 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E, M.M
2: Dian Wismar'ain, S.E, M.M

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of beauty vlogger, brand image and label halalon purchasing decisions for scarlett whitening skincare products (a study of scarlett whitening skincareproduct users in Kudus City). The number of samples in this study were 100 respondents. Collecting research data using a questionnair. The data analysis techique used is the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. This research also uses validity test. Reliability test, t test, F test coefficient of determination and uses multiple linier analysis techniques. The results of analysis show tahat the beauty vlogger has a positive and signoficant effect on purchasing decisions because the $t_{count} (1998) > t_{table} (1987)$ and the significance value is $0,021 < 0,05$. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions because the $t_{count} (2.805) > t_{table} (1987)$ amd the significance value is $0,006 < 0,05$. The halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions because the $t_{count} (2.009) > t_{table} (1987)$ amd the significance value is $0,047 < 0,05$.. The suggestion from this research is to be able to improve beauty vlogger's expertise in submitting reviews, which is the lowest indicator compared to other indicators.

Keywords:*beauty vlogger, brand image, label hala, purchas decisions.*

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACTION.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.3 <i>Beauty Vlogger</i>	24
2.4 <i>Brand Image</i>	30
2.5 Label Halal	35

2.6 Pengaruh antar variabel	37
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	40
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.9 Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Definisi Oprasional Variabel.....	46
3.3 Jenis dan Sumber data	48
3.4 Populasi dan Sampel.....	49
3.5 Pengumpulan Data	50
3.6 Pengelolaan Data.....	52
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8 Analisis Data.....	54
3.9 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	55
3.10 Analisis Data.....	57
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.2 Tnggapan Responden Terhadap Varabel.....	64
4.3 Analisis Data	68
4.4 Uji Hipotesis	72
4.5 Pembahasan	74
4.6 Uji Hipotesis	79

4.7 Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Daftar <i>website</i> yang sering dikunjungi.....	3
Tabel 1.2 Daftar 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-commerce	7
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan / Uang Saku Perbulan.....	67
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pemakaian Produk.....	68
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Variabel <i>Beauty Vlogger</i>	68
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Variabel <i>Brand Image</i>	69
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Variabel Label Halal	70
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.13 Uji Multilinearitas	76
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linier berganda	78
Tabel 4.16 Hasil analisis Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Kerangka Pemikiran Teoritis	44
Rangkaian Paket Scarlett Whiening.....	63

