



**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
KONSUMEN PADA PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ANNISA KHUSNUL KHOTIMAH

NIM. 201711111

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
KONSUMEN PADA PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS**

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

Disusun Oleh :

ANNISA KHUSNUL KHOTIMAH

201711111

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

TAHUN 2023

**ANALISIS LABEL HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PADA
PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS**

Nama : Annisa Khusnul Khotimah
NIM : 201711111
Program Studi : Manajemen

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

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, SE., MM.
NIDN.0024037701



Pembimbing I



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

Mengetahui,

Dekan



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM.
NIDN.0616077304

Dosen Pembimbing II



Dian Wismarlein, SE., MM
NIDN.0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (Q.S Ar-Ra’d: 11).

Persembahan :

1. Orang tua dan keluargaku.
2. Sahabat-sahabat
3. Teman angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum,Wr.Wb

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia- Nya, sehingga skripsi ini terselesaikan dengan judul **“ANALISIS LABEL HALAL DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PADA PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS”**

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, do'a dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan dan kasih sayang memberikan bantuan kepada penulis. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya secara khusus 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. Noor Indah Rahmawati SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM. selaku dosen pembimbing pertama yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta

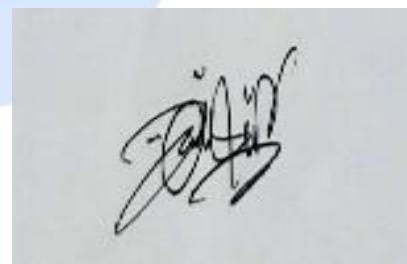
memberikan bimbingan pengarahan dan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dian Wismar'ain, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan ,pengarahan dan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Seluruh staf dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal pengetahuan bagi penulis.
7. Para konsumen yang menggunakan produk wardah di Kota Kudus yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini .
8. Kedua orang tua ku dan adikku yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat saya harapkan dan semoga hasil penelitian yang dsajikan dalam bentuk skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Kudus, 7 Agustus 2023
Penulis



Annisa Khusnul Khotimah
NIM.201711111

**ANALISIS LABEL HALAL DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PADA
PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS**

Annisa Khusnul Khotimah

201711111

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.

2. Dian Wismar'ain, SE., MM.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 200 responden dan analisis data memakai analisis SEM Amos memperoleh hasil penelitian yaitu 1) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus. 2) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus. 3) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus. 4) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus. 5) Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna produk wardah di Kudus.

Kata kunci: label halal, *celebrity endorser*, minat beli dan keputusan pembelian.

**ANALISIS LABEL HALAL DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN PADA
PENGGUNA PRODUK WARDAH DI KUDUS**

Annisa Khusnul Khotimah

201711111

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.

2. Dian Wismar'ain, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of halal labels and celebrity endorsers on purchasing decisions through consumer buying interest in wardah products in Kudus. Using a quantitative approach and using a questionnaire that was distributed to 200 respondents and data analysis using SEM Amos analysis obtained the research results namely 1) Halal labels have a positive and significant effect on consumer buying interest in customer Wardah products in Kudus. 2) Celebrity endorsers have a positive and significant effect on consumer buying interest in customer Wardah products in Kudus. 3) The halal label has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for customer wardah products in Kudus. 4) Celebrity Endorser has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for customer wardah products in Kudus. 5) Buying interest has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on customer wardah products in Kudus.

Keywords: halal label, celebrity endorser, buying interest and purchasing decisions.

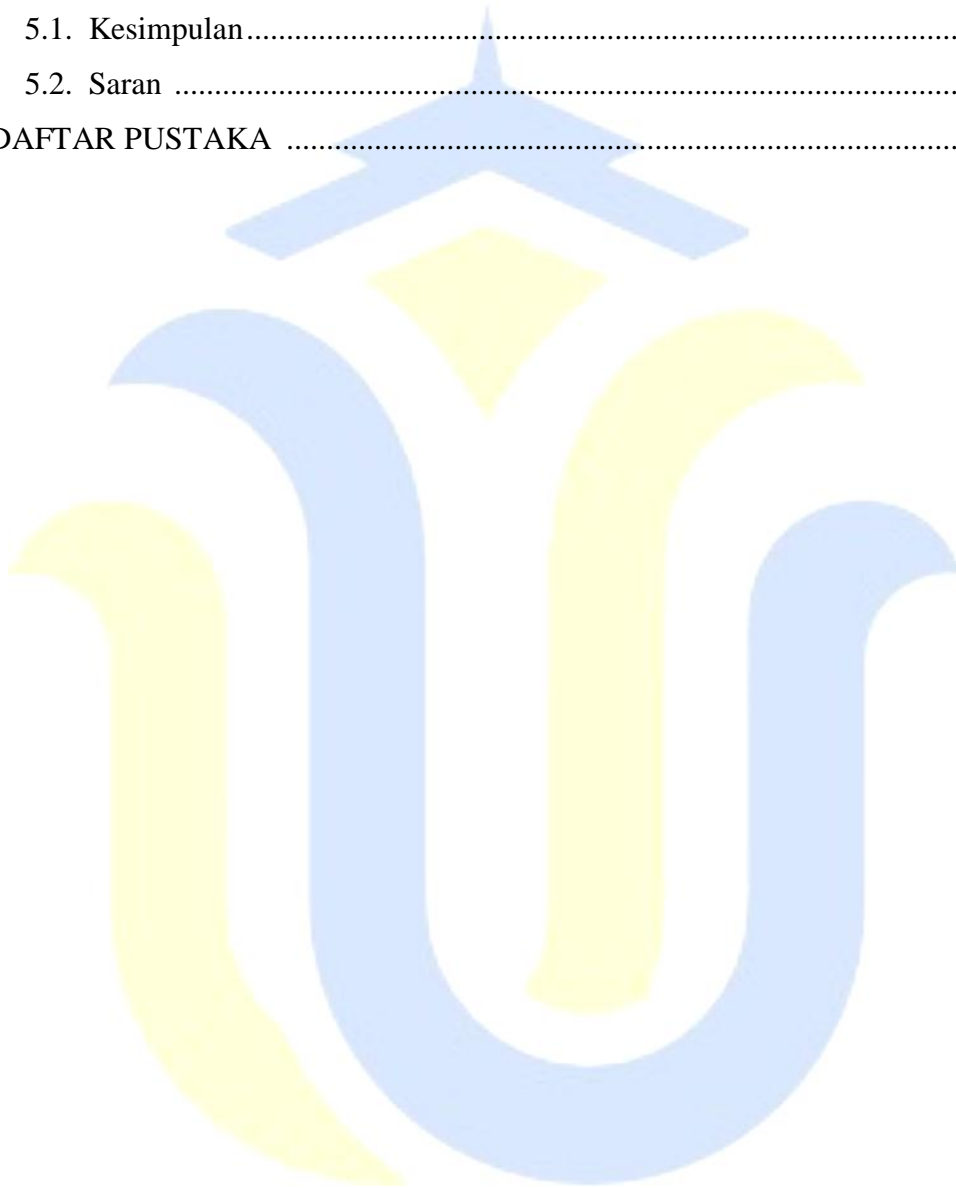
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN /ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	11
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran	15
2.2. Perilaku Konsumen	16
2.2.1. Definisi Perilaku Konsumen	16
2.2.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.2.3. Model Perilaku Konsumen	19
2.3. Label Halal	21
2.3.1. Definisi Label Halal	21
2.3.2. Indikator Label Halal	21
2.4. Celebrity Endorser	23
2.4.1. Definisi Celebrity Endorser	23
2.4.2. Indikator Celebrity Endorser	24
2.5. Minat Beli	26
2.5.1. Definisi Minat Beli	26

2.5.2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	27
2.5.3. Indikator Minat Beli	27
2.6. Keputusan Pembelian	29
2.6.1. Definisi Keputusan Pembelian	29
2.6.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
2.6.3. Indikator Keputusan Pembelian	30
2.7. Pengaruh antar Variabel	32
2.7.1. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli	32
2.7.2. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli	32
2.7.3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	33
2.7.4. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian	34
2.7.5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	35
2.8. Hasil Penelitian Terdahulu	35
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.10. Perumusan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1. Variabel Penelitian	42
3.1.2. Definisi Operasional Variabel	43
3.2. Jenis Dan Sumber Data.....	46
3.2.1. Jenis Data	46
3.2.2. Sumber Data.....	46
3.3. Populasi dan Sampel	47
3.4. Pengumpulan Data	48
3.5. Uji Instrumen Penelitian	49
3.5.1. Uji Validitas	50
3.5.1.1. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	50
3.5.1.2. <i>Convergent Validity</i>	50
3.5.1.3. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
3.5.1.4. <i>Discriminant Validity</i>	51
3.5.2. Uji Reliabilitas	51

3.6. Pengolahan Data	52
3.7. Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Gambaran Objek Penelitian	62
4.1.1. Sejarah Umum Perusahaan Kosmetik Wardah	62
4.1.2. Produk Kosmetik Wardah	65
4.1.3. Logo Kosmetik Wardah	66
4.1.4. Prinsip Kosmetik Wardah	66
4.1.5. Visi dan Misi Perusahaan Kosmetik Wardah	67
4.2. Karakteristik Responden	68
4.3. Karakteristik Jawaban Responden	73
4.3.1. Jawaban Responden Terhadap Variabel Label Halal (X_1)	73
4.3.2. Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_2)	74
4.3.3. Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y_1)	75
4.3.4. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)	76
4.4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	76
4.4.1. Uji Validitas	77
4.4.2. Uji Reliabilitas	79
4.5. Pengujian Asumsi <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	79
4.5.1. Pengujian Outlier	80
4.5.2. Pengujian Normalitas Data	83
4.5.3. Pengujian Multikolonieritas	85
4.6. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	85
4.6.1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Eksogen (X)	85
4.6.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Endogen (Y)	91
4.7. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	92
4.8. Hasil <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	95
4.8.1. Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	95
4.9. Uji Hipotesis	98
4.10. Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.10.1. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli	100

4.10.2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	101
4.10.3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	102
4.10.4. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	103
4.10.5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	110



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Merek Kosmetik Lokal Bersertifikat Halal MUI 2020	2
Tabel 1.2 Pencapaian Wardah	3
Tabel 1.3 Penghargaan Wardah	3
Tabel 1.4 Indeks Merek Top Produk Wardah	5
Tabel 3.1 Skala Likert	51
Tabel 3.2 Kriteria Goodness of Fit	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	73
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	74
Tabel 4.6 Jawaban Responden pada Variabel Label Halal (X_1)	75
Tabel 4.7 Jawaban Responden pada Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_2)	76
Tabel 4.8 Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli (Y_1).....	77
Tabel 4.9 Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)..	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Univariate Outlier</i>	82
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Multivariate Outlier</i>	83
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Normalitas Data	86
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen (X) 90	90
Tabel 4.16 <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Eksogen (X)	92
Tabel 4.17 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y) 94	94
Tabel 4.18 <i>Loading Factor</i> Pengukuran Variabel Endogen (Y).....	95
Tabel 4.19 Pengujian Kesesuaian Analisis SEM	97
Tabel 4.20 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression</i>	99
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi	101
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
Gambar 4.1 Logo Kosmetik Wardah	68
Gambar 4.2 Variabel Endogen (X)	89
Gambar 4.3 Variabel Eksogen (Y).....	93
Gambar 4.4 Analisis <i>Full Measurement</i>	96

