



**PENGARUH DESAIN KEMASAN, LABEL HALAL, LAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ELLA
SKINCARE MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN ELLA SKINCARE KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

KIKI ADISTIA KUSUMA WARDANI
NIM : 201911385

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

2023

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, LABEL HALAL, LAYANAN PURNA
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ELLA SKINCARE
MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN ELLA SKINCARE KUDUS)**

Nama : KIKI ADISTIA KUSUMA WARDANI

NIM : 201911385

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

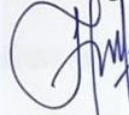
Kudus, 9 September 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN.0024037701

Pembimbing I



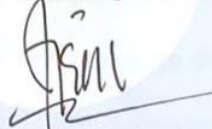
(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.)
NIDN.0630098401

Mengetahui,
Dekan



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

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan, karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Tuhan, berharaplah.

(Q.S Al Insyirah : 68)

Intelligence plus character that is goal of true education

(Martin Luther King Jr)

Ketika kamu hendak menyerah dalam perjalanan ingatlah kembali usaha bagaimana kamu memulai perjalanan itu.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua ibu dan bapak
- ❖ Keluarga tercinta
- ❖ Dosen program studi Manajemen
- ❖ Teman –teman seperjuangan
- ❖ Serta Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Kemasan, Label Halal, Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Ella Skincare Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Ella Skincare Kudus)”. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami. Namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan di dalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dina Lusianti, S.E.,M.M.,A.A.K. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan meluangkan waktunya serta memberikan kesabaran

penuh dalam membimbing penulis dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.

5. Ibu Rhealin Hening Karatri, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang ikut serta memberikan arahan kepada penulis dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang tiada henti dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi berlangsung,
8. Teman- teman yang senantiasa memberikan dukungan setiap saat.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian skripsi.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Kudus, 2023

Penulis

Kiki Adistia Kusuma Wardani
201911385

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, LABEL HALAL, LAYANAN PURNA
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ELLA SKINCARE
MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN ELLA SKINCARE KUDUS)**

Nama : KIKI ADISTIA KUSUMA WARDANI

NIM : 201911385

Pembimbing 1: Dina Lusianti,S.E.,M.M.,A.A.K.

2 : Rhealin Hening Karatri, S.E.,M.M.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan, label halal, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening* pada konsumen Ella *Skincare* Kudus. Metode yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural yang diolah menggunakan program AMOS. Hasil yang diperoleh ialah: (1) Desain kemasan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen; (2) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen; (3) Layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen; (4) Desain kemasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; (5) Label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; (6) Layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (7) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (8) Kepercayaan konsumen mampu memediasi pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian; (9) Kepercayaan konsumen mampu memediasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian; serta (10) Kepercayaan konsumen tidak mampu memediasi pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata Kunci: Desain Kemasan, Label Halal, Layanan Purna Jual, Keputusan Pembelian, Kepercayaan Konsumen.

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, LABEL HALAL, LAYANAN PURNA
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ELLA SKINCARE
MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN ELLA SKINCARE KUDUS)**

Nama : KIKI ADISTIA KUSUMA WARDANI

NIM : 201911385

Pembimbing 1: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.

2 : Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of packaging design, halal labels, and after-sales service to purchasing decisions through trust consumers as intervening variables on consumers of Ella Skincare Kudus. The method used is descriptive quantitative. The sample used in research is 150 respondents selected using a purposive technique sampling. Data were analyzed using structural equation modeling using AMOS software. Results The results obtained are: (1) Packaging design has a positive and insignificant effect on consumer confidence; (2) The halal label has a positive and significant effect on consumer confidence; (3) After-sales service has a positive effect and significant to consumer confidence; (4) influential packaging design negative and not significant to the purchase decision; (5) Halal label positive and not significant effect on purchasing decisions; (6) After-sales service has a positive and significant effect on decisions purchase; (7) Consumer confidence has a positive and significant effect on buying decision; (8) Consumer trust is able to mediate influence packaging design on purchasing decisions; (9) Consumer confidence is able mediate the influence of the halal label on purchasing decisions; as well as (10) Consumer trust is not able to mediate the influence of after-sales service on purchasing decisions.

Key Words: *Packaging Design, Halal Label, After Sales Service, Purchase Decision, Consumer Trust.*

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	8
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.2. Pengaruh Antar Variabel	26
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.4. Kerangka Pikir Teoritis	37
2.5. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Rancangan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.3. Jenis dan Sumber data	41
3.4. Populasi dan Sampel	42
3.5. Pengumpulan Data	43
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.7. Pengolahan Data.....	45
3.8. Analisis Data	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.2. Penyajian Data.....	51
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.6. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89
Lampiran 1: Kuesioner	89
Lampiran 2: Tabulasi Data	92
Lampiran 3: Tanggapan Responden.....	96
Lampiran 4: Validitas dan Reliabilitas	97
Lampiran 5: Normalitas.....	99
Lampiran 6: Output AMOS.....	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Keluhan Konsumen Produk Ella <i>Skincare</i> Kudus.....	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	52
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Desain Kemasan	53
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Label Halal	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Layanan Purna Jual	54
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	55
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 8 Uji Validitas	56
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 11 CFA Eksogen Sebelum Perbaikan	59
Tabel 4. 12 CFA Eksogen Setelah Perbaikan	60
Tabel 4. 13 CFA Endogen Sebelum Perbaikan.....	62
Tabel 4. 14 CFA Endogen Setelah Perbaikan.....	63
Tabel 4. 15 CFA Full Model Sebelum Perbaikan	64
Tabel 4. 16 CFA Full Model Setelah Perbaikan	65
Tabel 4. 17 Regression Weight	66
Tabel 4. 18 Pengaruh Langsung dan Tidak langsung	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pertumbuhan kosmetik di indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoretis	37
Gambar 4. 1 CFA Eksogen Sebelum Perbaikan	59
Gambar 4. 2 CFA Eksogen Setelah Perbaikan	60
Gambar 4. 3 CFA Endogen Sebelum Perbaikan	61
Gambar 4. 4 CFA Eksogen Setelah Perbaikan	62
Gambar 4. 5 CFA Full Model Sebelum Perbaikan	64
Gambar 4. 6 CFA Full Model Setelah Perbaikan	65