



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH MELALUI MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada Konsumen di  
Counter Wardah Rania Beauty Kudus)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**NABILA RIZKY NOOR**  
NIM. 201911521

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH MELALUI MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada Konsumen di  
Counter Wardah Rania Beauty Kudus)**

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

Oleh:

**NABILA RIZKY NOOR**  
NIM. 201911521

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH MELALUI MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada Konsumen di Counter Wardah Rania Beauty Kudus)**

Nama : Nabila Rizky Noor

NIM : 201911521

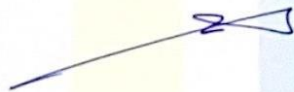
Program Studi : S1-Manajemen

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

**Kudus, 2023**

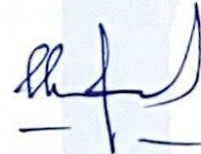
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

Pembimbing 1



**(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)**  
NIDN: 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



**(Dr. Kertati Sumekar, S.E., MM)**

NIDN. 0616077304

Pembimbing 2



**(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM.,  
CBV)**

NIDN: 0619108502

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).*

(Q.S AL-Insyirah :6-7)

Segala sesuatu yang sudah dimulai, maka haruslah diakhiri.

(Anonim)

### PERSEMBAHAN :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir di masa perkuliahan dengan baik dan lancar.
2. Untuk diri saya sendiri, terimakasih karena telah berjuang dan bertahan sampai saat ini dan mampu berada di titik ini.
3. Orang tua saya yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa untuk mengiringi setiap langkahku
4. Kakak saya telah memberikan dukungan dan motivasi
5. Almamater Universitas Muria Kudus yang mengantarkan proses hingga dititik finish.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen di Counter Wardah Rania Beauty Kudus)”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., Q.W.M., C.B.V selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Dengan ketidaksengajaan atas kekurangan yang saya kerjakan, semoga adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Kudus, Juli 2023

Penulis

**Nabila Rizky Noor**

201911521

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH MELALUI MINAT  
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada Konsumen di Counter Wardah Rania Beauty Kudus)**

**Nabila Rizky Noor  
201911521**

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M  
2. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., Q.W.M., C.B.V

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data berasal dari metode penyebaran kuesioner penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 156 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Rania Beauty Kudus yang tidak dapat ditentukan secara pasti jumlahnya. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) AMOS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Kualitas produk terhadap keputusan pembelian lebih kecil dari pengaruh tidak langsung, Label halal terhadap keputusan pembelian lebih kecil dari pengaruh tidak langsung.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Label Halal, Minat Beli, Keputusan Pembelian



**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND HALAL LABEL TO  
PURCHASE DECISION OF WARDAH COSMETICS THROUGH  
PURCHASE INTEREST AS AN INTERVENING VARIABLE  
(Case Study on Consumers at Wardah Rania Beauty Kudus Counter)**

**Nabila Rizky Noor  
201911521**

Pembimbing 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M  
2. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., Q.W.M., C.B.V

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of product quality and halal labels on purchasing decisions for Wardah cosmetics through purchase intention as an intervening variable. This research is quantitative descriptive. Data collection comes from the method of distributing research questionnaires. In this study using a sample of 156 respondents. The population used in this study are consumers at Rania Beauty Kudus whose number cannot be determined with certainty. The data analysis technique of this research uses Structural Equation Modeling (SEM) AMOS version 24. The results of this study indicate that Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Halal Label has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Purchase Intention has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Intentions, Halal Labels has a positive and significant effect on Purchase Intentions, Product quality on purchase decisions is smaller than the indirect effect, Halal labels on purchase decisions is smaller than indirect influence.*

**Keywords:** *Product Quality, Halal Label, Purchase Interest, Purchase Decision*



## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Manajemen pemasaran .....	12
2.1.1 Pengertian manajemen pemasaran.....	12
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	13
2.2 Keputusan pembelian .....	14
2.2.1 Pengertian keputusan pembelian .....	14
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Minat beli .....	19
2.3.1 Pengertian minat beli .....	19
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	19
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	21
2.4 Label Halal .....	23

2.4.1	Pengertian label halal.....	23
2.4.2	Indikator Label Halal.....	23
2.5	Kualitas Produk.....	25
2.5.1	Pengertian kualitas produk.....	25
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	26
2.5.3	Indikator Kualitas Produk.....	27
2.6	Pengaruh Hubungan Antar Variabel.....	28
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.9	Hipotesis.....	37
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	38
3.2	Variabel Penelitian.....	38
3.2.1	Jenis Variabel.....	38
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.4	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	Pengolahan Data.....	45
3.7	Analisis Data.....	46
3.8	Uji Instrumen.....	46
3.8.1	Uji Validitas.....	46
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3	Uji Normalitas Data.....	49
3.8.4	Uji Outliers.....	49
3.9	Analisis SEM.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58

4.2	Penyajian Data.....	59
4.2.1	Karakteristik Responden.....	59
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian .....	60
4.3	Analisis Data .....	64
4.3.1	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.3.2	(Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM).....	68
4.3.3	Analisis Faktor Konfirmatori.....	70
4.3.4	Structural Equation Full Model .....	78
4.3.5	Uji Hipotesis .....	81
4.3.6	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	83
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
4.4.1	Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	84
4.4.2	Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	85
4.4.3	Minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	86
4.4.4	Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli .....	87
4.4.5	Label halal berpengaruh terhadap minat beli.....	87
4.4.6	Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening .....	88
4.4.7	Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>90</b>
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Hal</b>
Tabel 1. 1	Top Brand Index Kategori Kosmetik Lipstik.....	4
Tabel 1. 2	Data penjualan kosmetik di Indonesia 5 tahun Terakhir .....	4
Tabel 3. 1	Penilaian Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Model</i> .....	51
Tabel 4. 1	Presentase Responden .....	60
Tabel 4. 2	Deskriptif Variabel Kualitas produk .....	61
Tabel 4. 3	Deskriptif Variabel Label halal .....	62
Tabel 4. 4	Deskriptif Variabel Minat Beli.....	63
Tabel 4. 5	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4. 6	Uji Validitas.....	65
Tabel 4. 7	Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian.....	66
Tabel 4. 8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	67
Tabel 4. 9	Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 10	Uji Normalitas .....	68
Tabel 4. 11	Uji Outlier.....	69
Tabel 4. 12	<i>Mahalanobis Distance</i> .....	70
Tabel 4. 13	Analisis <i>Goodness of fit</i> Variabel Eksogen .....	71
Tabel 4. 14	Analisis <i>Goodness of fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	72
Tabel 4. 15	Analisis <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model.....	73
Tabel 4. 16	Analisis <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model.....	74
Tabel 4.17	Analisis <i>Goodness of Fit Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan .....	76
Tabel 4. 18	Analisis <i>Goodness of Fit Full Measureme nt Model</i> Setelah Perbaikan .....	77
Tabel 4. 19	Analisis <i>Konfirmatori Full Measurement Model</i> .....	77
Tabel 4. 20	<i>Standardised Regression Weights</i> .....	79
Tabel 4. 21	<i>Square Multiple Correlation</i> .....	80
Tabel 4. 22	<i>Regression Weights Standardized Estimates</i> .....	81
Tabel 4. 23	Hasil estimasi <i>Direct Effect</i> .....	83
Tabel 4. 24	Hasil estimasi <i>Indirect Effect, Direct Effect, dan Total Effect</i> .....	84

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1. 1 Data Penjualan Wardah .....	5
Gambar 1. 2 Data Penjualan Wardah .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
Gambar 4. 1 Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model .....	70
Gambar 4. 2 Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model .....	71
Gambar 4. 3 Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	73
Gambar 4. 4 Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model.....	74
Gambar 4. 5 Variabel Full Measurement Model Sebelum Perbaikan .....	75
Gambar 4. 6 Variabel Full Measurement Model Setelah Perbaikan.....	76
Gambar 4. 7 Pengujian Model SEM Penuh .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Hal</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	103
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	109
Lampiran 4 Analisis Konfirmatory .....	118
Lampiran 5 <i>Structrural Equation Modelling</i> .....	134
Lampiran 6 Surat Penelitian.....	145
Lampiran 7 Dokumentasi Responden .....	147

