



**PENGARUH LABEL HALAL CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

(Studi kasus pada konsumen kosmetik Wardah daerah Pati, Kudus, Demak, Jepara  
dan Rembang)

Oleh

**ENDAH BINTHI ROHMAH HIDAYAH**

**2019-11-069**

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

**2024**

**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

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

Tanggal 28 Desember 2023

**Dosen Pembimbing I**



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**  
**NIDN. 0628048702**

**Dosen Pembimbing II**



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

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Manajemen**



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


**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIM WARDAH**  
(Studi kasus pada konsumen kosmetik wardah daerah Pati, Kudus, Demak,  
Jepara dan Rembang)

Nama : Endah Binthi Rohmah Hidayah  
NIM : 201911069  
Program Studi : Manajemen


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

Kudus, 2024

Mengetahui  
Ketua Program Studi

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


Pembimbing I

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

Mengetahui

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

Pembimbing II

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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

“ Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan. ‘Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.’”

(QS. AL Insyirah : 5-6)

Tidak ada tulisan yang indah di lembar kertas selain tulisan skripsimu yang menjadikanmu “ SARJANA”

### Persembahan:

1. Kepada dosen pembimbingku yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai selesai dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberi dukungan serta doa.
3. Sahabat dan semua teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi sampai akhir.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahnya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN PERSEPI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih 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 dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pemimbing II, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Kedua orang tuaku tersayang dan tercinta Bapak Sukahar dan Ibu Sumiah dua sosok orang hebat yang pantang menyerah dalam memberikan dukungan moral dan doa untuk anak-anaknya.
8. Kedua adik perumpanku yang sudah membantu dan menjadi penyemangat dalam penulisan skripsi dari awal sampai akhir.
9. Sahabatku tersayang “ Chilgilrs” dan Mayla, terimakasih banyak atas dukungan, motivasi dan semangat dalam penulisan skripsi sampai akhir.
10. Semua pihak responden yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dalam pengisian skripsi.
11. Rayyanza M Ahmad (cipung) yang telah menjadi moodbooster selama penyusunan skripsi. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang secara tidak langsung menjadi penyemangat dengan menciptakan banyak lagu yang positif sehingga skripsi ini dapat disusun hingga akhir.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Kudus, 2023

Penulis,

Endah Binthi Rohmah H.

201911069

# **PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

Endah Binthi Rohmah H

201911069

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

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

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh label halal, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah membeli kosmetik wardah minimal 2 kali. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi harga berpengaruh positif signifikan, tetapi label halal, citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan label halal, citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Label Halal, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.**

***THE INFLUENCE OF THE HALAL LABEL, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION ON WARDAH COSMETIC PURCHASING DECISIONS***

Endah Binthi Rohmah H

201911069

*Advisor* 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

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

***UNIVERSITY OF MURIA KUDUS***

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***ABSTRACT***

The purpose of this research is to analyze the influence of halal labels, brand image and price perceptions on purchasing decisions for Wardah cosmetics. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased Wardah cosmetics at least twice. The sampling method in this research used purposive sampling. The data analysis techniques used are the unified validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, f test and coefficient of determination. The research results show that price perception partially has a significant positive effect, but the halal label and brand image have an insignificant positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously the halal label, brand image and price perception influence purchasing decisions.

**Keywords: Halal Label, Brand Image, Price Perception, Purchase Decision.**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Indikator Perilaku Konsumen.....	13
2.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	14
2.2.2 Peran Keputusan Pembelian .....	16
2.2.3 Faktor Keputusan Pembelian .....	16
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.2.5 Tahapan Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Label Halal .....	22

2.3.1	Pengertian Label Halal .....	22
2.3.2	Indikator Label Halal.....	24
2.3.3	Klarifikasi- Klarifikasi Label Halal .....	25
2.3.4	Syarat-Syarat Produk Halal Menurut Syari'at Islam .....	25
2.3.5	Bahan – Bahan yang digunakan.....	26
2.4	Citra Merek .....	27
2.4.1	Pengertian Citra Merek.....	27
2.4.2	Faktor-faktor yang Membentuk Citra Merek .....	29
2.4.3	Komponen Citra Merek .....	29
2.4.4	Kategori citra merek.....	30
2.4.5	Manfaat Citra Merek .....	30
2.4.6	Indikator Citra Merek.....	31
2.5	Persepsi Harga .....	31
2.5.1	Pengertian Persepsi Harga .....	31
2.5.2	Dimensi Persepsi Harga .....	33
2.5.3	Indikator Harga .....	34
2.5.4	Dimensi Persepsi Harga .....	34
2.5.5	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	35
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	36
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.9	Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	41
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.3.1	Keputusan Pembelian .....	42
3.3.2	Label halal .....	43
3.3.3	Citra Merek.....	43
3.3.2	Persepsi Harga .....	44
3.4	Jenis Dan Sumber Data.....	44

3.4.1	Jenis data .....	44
3.4.2	Sumber Data .....	44
3.5	Populasi dan Sampel.....	45
3.5.1	Populasi .....	45
3.5.2	Sampel .....	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7	Pengolahan Data.....	47
3.8	Analisis Data .....	48
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian.....	49
3.8.2	Uji Asumsi Klasik .....	50
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	53
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	55
4.2.	Penyajian Data.....	57
4.2.1	Karakteristik Responden .....	57
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	59
4.3	Analisis Data .....	62
4.3.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.3	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis .....	69
4.4	Pembahasan.....	74
4.4.1	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.5	Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
5.1.	Kesimpulan.....	78

5.2. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persaingan Kosmetik (BB Cream) .....	2
Tabel 1. 2 Data Produk Kecantikan Terlaris (Produk Lipstik).....	5
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Kosmetik Bodycare Tahun 2023 .....	7
Tabel 3. 1 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili .....	59
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Label Halal .....	60
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Harga .....	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian..	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga .....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 13 Uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov .....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi .....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4. 17 Uji Parsial (Uji T).....	71
Tabel 4. 18 Uji Signifikan Simultan (Uji f) .....	72
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	87
Lampiran 2 : Data Responden Penelitian.....	91
Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden Penelitian.....	94
Lampiran 4 : Output SPSS .....	105
Lampiran 5 : Output SPSS Uji Asumsi.....	109
Lampiran 6 : Output Uji Hipotesis .....	111
Lampiran 7 : Bukti Penyebaran Kuesioner .....	113

