



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK VIVA KOSMETIK DI
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MALICHATUL HIDAYAH

NIM. 201911252

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK VIVA KOSMETIK DI
KABUPATEN 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:
MALICHATUL HIDAYAH
NIM. 201911252

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK VIVA KOSMETIK DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Malichatul Hidayah

NIM : 201911252

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

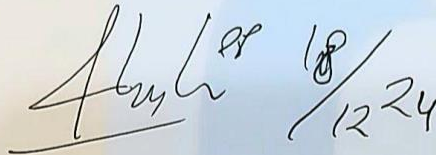
Kudus.....

Pembimbing I



(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK VIVA KOSMETIK DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Malichatul Hidayah

NIM : 201911252

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

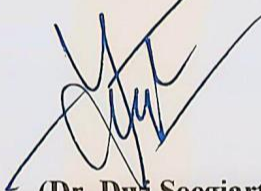
2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



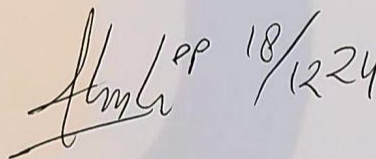
(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M)
NIDN. 0620117103

Mengetahui



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

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan, karena Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya

(QS. Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah ayah dan ibu berikan kepada saya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan dan petunjuk sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar. Dengan penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus”**. Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan 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. Dwi Soegiarto, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan berharga bagi saya.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Orang Tua saya Bapak Chamim dan Ibu Suriyati yang telah mendoakan, mendukung, memberikan motivasi, dan pelajaran di setiap langkah.

8. Keluarga tercinta saya, Moh Khotibul Umam, Moh Ainun Najib, Moh Syafik Noor, dan Aniyatul Harisah yang selalu memberikan contoh, support, dan nasihat tiada henti.
9. Teman dan sahabat yang selalu ada dan terus memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang teristimewa yang selalu mendukung dan membantu disetiap keluh kesah, memberikan kasih dan sayang, semangat, kebaikan, dan perhatian dalam proses selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,
Penulis



Malichatul Hidayah
NIM. 201911252

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK VIVA KOSMETIK DI KABUPATEN KUDUS**

Malichatul Hidayah

NIM. 201911252

Pembimbing: 1. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden dengan menggunakan rumus Roscoe (1975). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden, yaitu konsumen pengguna Produk Viva Kosmetik di Kabupaten Kudus dan usia minimal 17 tahun. Analisis data menggunakan metode uji signifikan parsial (uji t) dan uji signifikan simultan (uji F) menggunakan program SPSS V.26. Hasil uji signifikan parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji signifikan parsial (uji t) menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji signifikan simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas produk, label halal dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Label Halal, Citra Merek, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, HALAL LABELS AND
BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS FOR VIVA
COSMETIC PRODUCTS IN KUDUS REGENCY***

Malichatul Hidayah

NIM. 201911252

Supervisor: 1. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY

PROGRAM

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, halal labels and brand image on consumer purchasing decisions for Viva Cosmetic products in Kudus Regency. The research method used is a quantitative approach. The population in this research is consumers who use Viva Cosmetic Products in Kudus Regency, the exact number of which is unknown. The sample used in this research was 80 respondents using the Roscoe (1975) formula. The sampling technique used in this research was purposive sampling with the respondent criteria, namely consumers who use Viva Cosmetic Products in Kudus Regency and are at least 17 years old. Data analysis used the partial significant test method (t test) and simultaneous significant test (F test) using the SPSS V.26 program. The results of the partial significant test (t test) show that product quality and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. The partial significant test results (t test) show that the halal label has no effect significant on purchasing decisions. The results of the simultaneous significant test (F test) show that product quality, halal label and brand image simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Halal Label, Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Manfaat Teoritis	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1 Pengertian Kualitas produk	10
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Indikator-Indikator Kualitas Produk	12
2.2 Label Halal	13
2.2.1 Pengertian Label Halal	13
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Label Halal	14
2.2.3 Indikator-Indikator Label Halal.....	14
2.3 Citra Merek	16

2.3.1	Pengertian Citra Merek	16
2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	17
2.3.3	Indikator-Indikator Citra Merek	17
2.4	Keputusan Pembelian.....	18
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.4.4	Indikator-Indikator Keputusan Pembelian	21
2.5	Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.5.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.5.2	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.4	Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Citra Merek Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
2.7	Kerangka pemikiran Teoritis	30
2.8	Perumusan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Rancangan Penelitian	33
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Penelitian	33
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	39
3.4.3	Teknik Sampling	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Instrumen Penelitian	41
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif.....	41
3.6.2	Uji Validitas	41

3.6.3 Uji Reliabilitas.....	42
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.1 Uji Normalitas	42
3.7.2 Uji Multikolinearitas	43
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.8 Pengolahan Data	43
3.9 Metode Analisis Data.....	44
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.9.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	45
3.9.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	46
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Vitapharm	48
4.2 Penyajian Data	49
4.2.1 Klasifikasi Responden	49
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	50
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data.....	54
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.4 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)	61
4.3.5 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	63
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)	64
4.4 Pembahasan	64
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.2 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal dan Citra Merek Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Produk Kosmetik Kategori Bedak Tabur Tahun 2021-2023	2
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X ₁).....	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Label Halal (X ₂).....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X ₃).....	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r ²).....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Terhadap Produk Viva Kosmetik	3
Gambar 1.2 <i>Brand</i> Makeup Lokal Terlaris Tahun 2023.....	5
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i>	59