

**PENGARUH LABELISASI HALAL, SIKAP KONSUMEN, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI KASUS PADA WARDAH BEAUTY HOUSE BOGOR)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**

OLEH :

DEVI FITRIANI

NPM S1-0215173



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA
BOGOR**

2019

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL : PENGARUH LABELISASI HALAL, SIKAP
KONSUMEN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS
PADA WARDAH BEAUTY HOUSE BOGOR).**

OLEH : DEVI FITRIANI

NPM : S10215173

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(PRIYO WISMANTORO, Drs.,MM) (INDAR KHAERUNNISA, SE.,M.Ak)

PENGUJI 1

PENGUJI II

(Dr. ISMULYANA DJAN, SE., MM) (DEDY MULYADI, S.Si., M.Kom)

BOGOR, OKTOBER 2019

**KETUA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

(Dr. ISMULYANA DJAN, SE., MM)

Pengaruh Labelisasi Halal, Sikap Konsumen, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Wardah Beauty House Bogor)

Devi Fitriani

Departement of Management, Economic Collage of Binaniaga, Bogor, Indonesia
Devifitiani021@gmail.com (Devi Fitriani)

Abstrak : Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Labelisasi Halal, Sikap Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli produk kosmetik Wardah di Wardah Beauty House Bogor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kosmetik Wardah di Wardah Beauty House Bogor. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria pengguna produk kosmetik Wardah (khususnya pengunjung di Wardah Beauty House Bogor).. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model persamaan struktural.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Labelisasi Halal berpengaruh negatif terhadap Minat Beli, dibuktikan dari nilai *critical ratio* sebesar -2,043 dengan nilai signifikansi 0,041, lebih kecil dari 0,05, dan koefisien jalur memiliki nilai negatif sebesar -0,098 ; (2) Sikap Konsumen berpengaruh positif terhadap Minat Beli, dibuktikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 4,071 dengan nilai signifikansi mendekati 0,000, lebih kecil dari 0,05 dan koefisien jalur memiliki nilai positif sebesar 0,848 ; (3) Gaya Hidup tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Beli, dibuktikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 0,603 dengan nilai signifikansi 0,546, lebih besar dari 0,05.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Sikap Konsumen, Gaya Hidup, dan Minat Beli.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal, Sikap Konsumen, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Wardah Beauty House Bogor)”.

Dalam menyelesaikan proposal, penulis tidak terlepas bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Untuk itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE.,M.Ak selaku Ketua STIE Binaniaga.
2. Bapak Priyo Wismantoro, Drs.,MM selaku dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan kepada peneliti.
3. Ibu Indar Khaerunnisa, SE.,M.Ak selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan kepada peneliti.
4. Para dosen dan Staff STIE Binaniaga yang jasanya cukup besar dalam studi di STIE Binaniaga.
5. Orang tua tercinta beserta keluarga yang telah memberikan dukungan, do’a, dan motivasi yang tulus selama ini terima kasih atas segalanya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Rekan - rekan peneliti (Ayu Tantri, Diva Vidyar N, Fitri Nurhayati, Sarifatul Hayani, Siti Rubbiah A , Sela dan Meysi R) yang selalu ada dalam susah maupun senang dan saling mensupport satu sama lain sehingga kita dapat menyelesaikan skripsi ini bersama – sama.
7. Seluruh rekan - rekan mahasiswa STIE Binaniaga angkatan 2015 khususnya “Pengawal Wali” yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyalain skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebbaikannya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan ini peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, Oktober 2019
Peneliti

(Devi Fitriani)
NPM: S1.0215173

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	14
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	16
G. Sistematika Penelitian.....	17
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Labelisasi Halal.....	19

B. Sikap Konsumen	28
C. Gaya Hidup	35
D. Minat Beli	43
E. Penelitian Terdahulu	48
F. Kerangka Penelitian	57
G. Hipotesis Penelitian	58
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 59
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	59
B. Metode Penelitian	59
C. Variabel dan Pengukuran.....	60
D. Populasi dan Sampel.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	67
F. Metode Pengambilan Data.....	68
G. Instrumen Penelitian	68
H. Metode Analisis Data.....	69
 BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	 84
A. Sejarah Perusahaan	84
B. Karakteristik Responden.....	91
C. Teknik Analisis Data (n=200).....	98
D. Teknik Analisis Data (n=198).....	129
E. Pengujian Hipotesis	165
F. Pembahasan.....	165

V KESIMPULAN DAN SARAN	171
A. Kesimpulan	171
B. Saran	173
DAFTAR PUSTAKA	174
LAMPIRAN	178

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel 2	Operasional Variabel	63
Tabel 3	Metode Pengambilan Data.....	68
Tabel 4	<i>Goodness Of Fitt</i>	78
Tabel 5	Varian Produk Kosmetik Lipstik Wardah	88
Tabel 6	Varian Produk Bedak Kosmetik Wardah	89
Tabel 7	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	92
Tabel 8	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	93
Tabel 9	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
Tabel 10	Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	95
Tabel 11	Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	97
Tabel 12	Hasil Analisis Deskriptif Labelisasi Halal dan Sikap Konsumen	98
Tabel 13	Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup	99
Tabel 14	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli	100
Tabel 15	Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal	101
Tabel 16	Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	102
Tabel 17	Jawaban Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	103
Tabel 18	Jawaban Resonden Terhadap Variabel Minat Beli.....	104
Tabel 19	Hasil Output Model_1 Eksogen Labelisasi Halal.....	106

Tabel 20	Hasil Pengujian Model_1 Eksogen Labelisasi Halal.....	107
Tabel 21	Hasil Output Model_2 Eksogen Sikap Konsumen	108
Tabel 22	Hasil Pengujian Model_2 Eksogen Sikap Konsumen	109
Tabel 23	Hasil Output Modification Indices Model_3 Eksogen Gaya Hidup...	110
Tabel 24	Hasil Output Model_4 Eksogen Gaya Hidup	112
Tabel 25	Hasil Pengujian Model_4 Eksogen Gaya Hidup	113
Tabel 26	Hasil Output Model_5 Endogen Minat Beli.....	115
Tabel 27	Hasil Output Model_6 Endogen Minat Beli.....	117
Tabel 28	Hasil Pengujian Model_6 Endogen Minat Beli	118
Tabel 29	Hasil Output Modification Indices Full Model_1	119
Tabel 30	Hasil Output Full Model_2.....	121
Tabel 31	Hasil Pengujian Full Model_2.....	123
Tabel 32	Evaluasi Outlier	126
Tabel 33	Hasil Analisis Deskriptif Labelisasi Halal dan Sikap Konsumen	130
Tabel 34	Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup	131
Tabel 35	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli	132
Tabel 36	Hasil Output Model_7 Eksogen Labelisasi Halal.....	134
Tabel 37	Hasil Pengujian Model_7 Eksogen Labelisasi Halal.....	135
Tabel 38	Hasil Output Modification Indices Model_8 Sikap Konsumen	136
Tabel 39	Hasil Output Model_9 Eksogen Sikap Konsumen	138
Tabel 40	Hasil Pengujian Model_9 Eksogen Sikap Konsumen	139

Tabel 41	Hasil Output Modification Indices Model_10 Gaya Hidup	140
Tabel 42	Hasil Output Model_11 Eksogen Gaya Hidup	141
Tabel 43	Hasil Pengujian Model_11 Eksogen Gaya Hidup	143
Tabel 44	Hasil Output Model_12 Endogen Minat Beli.....	144
Tabel 45	Hasil Output Model_13 Endogen Minat Beli.....	146
Tabel 46	Hasil Pengujian Model_13 Endogen Minat Beli.....	147
Tabel 47	Hasil Output Modification Indices Full Model_3	148
Tabel 48	Hasil Output Full Model_3.....	150
Tabel 49	Hasil Pengujian Full Model_4.....	152
Tabel 50	Evaluasi Outlier	155
Tabel 51	Hasil Output Uji Normalitas.....	158
Tabel 52	Hasil Output dengan prosedur Bootstrap	159
Tabel 53	Perbandingan SE Bootstrap dengan SE ML.....	160
Tabel 54	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	162
Tabel 55	Kolerasi Antar Konstruk dan Akar Kuadrat AVE.....	164

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Top Brand Index Produk Lipstik	8
Gambar 2	Top Brand Index Produk Bedak Tabur	9
Gambar 3	Top Brand Index Produk Bedak Padat.....	11
Gambar 4	Hasil <i>Preliminary Research</i> (Penelitian pendahuluan).....	13
Gambar 5	Label Halal Resmi dari MUI.....	24
Gambar 6	Kerangka Penelitian	57
Gambar 7	Konstruk Penelitian.....	71
Gambar 8	Grafik Responden Berdasarkan Usia	93
Gambar 9	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	94
Gambar 10	Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	95
Gambar 11	Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan	96
Gambar 12	Grafik Rekapitulasi Responden	97
Gambar 13	Model_1 CFA Eksogen Labelisasi Halal.....	105
Gambar 14	Model_2 CFA Eksogen Sikap Konsumen	107
Gambar 15	Model_3 CFA Eksogen Gaya Hidup	110
Gambar 16	Model_4 CFA Eksogen Gaya Hidup	111
Gambar 17	Model_5 CFA Endogen Minat Beli	114
Gambar 18	Model_6 CFA Endogen Minat Beli	116
Gambar 19	Full Model_1.....	119

Gambar 20	Full Model_2.....	121
Gambar 21	Koefisien Regresi Full Model_2	125
Gambar 22	Model_7 CFA Eksogen Labelisasi Halal.....	133
Gambar 23	Model_8 CFA Eksogen Sikap Konsumen	136
Gambar 24	Model_9 CFA Eksogen Sikap Konsumen	137
Gambar 25	Model_10 CFA Eksogen Gaya Hidup	139
Gambar 26	Model_11 CFA Eksogen Gaya Hidup	141
Gambar 27	Model_12 CFA Endogen Minat Beli	143
Gambar 28	Model_13 CFA Endogen Minat Beli	145
Gambar 29	Full Model_3.....	148
Gambar 30	Full Model_4.....	150
Gambar 31	Koefisien Regresi Full Model_4.....	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian