

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner/angket
Lampiran 2 : Deskriptif untuk 90 responden konsumen kosmetik Wardah
Lampiran 3 : Tanggapan responden terhadap pertanyaan
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reabilitas Angket
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6 : Uji Hipotesis dan Uji t-tes Regresi Linier Berges



PENGARUH LABEL HALAL MUI DAN *BRAND* *IMAGE* TERHADAP MINAT MEMBELI PRODUK KOSMETIK WARDAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I
Dalam Ilmu Syari'ah dan Ekonomi Islam

Disusun Oleh :

WINDARTATIK
NIM:092411189

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2013

Drs. H. Johan Masrukan, M.M **DAFTAR GAMBAR**

JL. Candi Kencana I/B. 17 Semarang

H. Tolkah, MA

JL. Karangsari Baru Raya No. 87 Ngaliyan Semarang 50181

Gambar 2.1	: Kerangka Pikir
Gambar 4.1	: Prosentase Jenis Kelamin Responden PERSETUJUAN PEMBIMBING
Gambar 4.2	: Prosentase Jenis Usia Responden
Gambar 4.3	: Prosentase Jenis Pekerjaan Responden
Gambar 4.4	: Prosentase Jenis Pekerjaan Responden
Gambar 4.5	: Grafik P-Plot
Gambar 4.6	: Grafik Scatterplot

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Windartatik

NIM : 092411189

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **Pengaruh Label Halal MUI dan *Brand Image* Terhadap Minat Membeli Produk Kosmetik Wardah**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Drs. H. Johan Masrukan, M.M

NIP. 195105101982031002

Pembimbing II

H. Tolkah, MA

NIP. 196905071996031005



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka KM 02 Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang

Tal

Tal

Tal

PENGESAHAN

Tal

Nama : Windartatik

Tal

NIM : 092411189

Tal

Jurusan : EKONOMI ISLAM

Tal

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal MUI dan *Brand Image* Terhadap

Tal

Minat Membeli Produk Kosmetik Wardah

Tal

Telah dimunaqoshahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Ekonomi

Tal

Islam IAIN Walisongo Semarang dinyatakan lulus pada tanggal:

19 Desember 2013

Tal

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana

Tal

(Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Tal

Semarang, 19 Desember 2013

Tal

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Tal


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag


H. Tolkah, MA

Tal

NIP. 19690630 199403 2003

NIP. 19690507 199603 1005

Penguji I

Penguji II

Tal


Mohammad Nadzir, SHL, M.SI


Brilliyani Erna Wati, SH., M.Hum

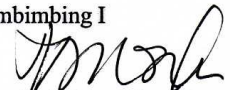
Tal

NIP. 19730923 200312 1002

NIP. 19671113 200501 1001

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Johan Masrukan, M.M


H. Tolkah, MA

NIP. 19510510 198203 1002

NIP. 19690507 199603 1005

2. Uji T -----	79
3. Uji F -----	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan -----	82
4.2 Karakteristik Responden -----	98
4.3 Diskriptif Variabel Penelitian-----	102
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas-----	111
4.5 Uji Asumsi Klasik -----	114
4.5.1 Uji Normalitas -----	114
4.5.2 Uji Multikolonieritas-----	116
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas -----	118
4.5.4 Uji Autokorelasi -----	120
4.6 Persamaan RegresiLinier Berganda-----	121
4.7 Pengujian Hipotesis -----	123
4.7.1 Uji Koefisien Determinasi -----	123
4.7.2 Uji F -----	125
4.7.3 Uji T -----	126

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta (M. Sholeh dan Siti Barokah) yang telah membesarkanku, atas segala kasih sayang serta do'anya dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.
2. Adikku tercinta M. Najib Zulkhoiri kamulah penyemangatku dalam menyelesaikan skripsi dan menjalani hidup ini.
3. Nenekku simbah Muntamah yang merupakan motivator hidupku serta rajin memberi wejangan dan nasehat kepada penulis, dan tak henti-hentinya penulis mengharapkan do'a restu dari panjenengan.
4. Keluarga besar Bapak Hasyim yang selalu memberikan semangat dalam diri penulis.
5. Spesial buat Bambang Listiyono yang selalu memberikan semangat serta setia mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman Prodi Ekonomi Islam angkatan 2009, khususnya paket EIE '09 yang selalu berbagi dalam suka maupun duka.

7. Sahabat-sahabatku Yanah, Mimi, Umni, Zizah, Rika, Mas Syafiq, Wakso, Teteh, Saliman, Ashari, terima kasih atas dukungan dan do'anya.
8. Almamaterku dan Pengelola Prodi Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.

Tak ada yang penulis persembahkan selain kata terima kasih yang sebesar-besarnya. Skripsi ini merupakan salah satu wujud dari terima kasihku untuk semuanya.

Kepada semua pihak yang telah bersedia dengan tulus ikhlas mendo'akan dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberi limpahan rahmat dan hidayah serta kesabaran dan ketabahan kepada semua dalam mengarungi bahtera kehidupan ini.

3.3.2 Teknik Wawancara -----	70
3.3.3 Teknik Dokumentasi -----	71
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran -----	71
3.5 Metode Analisis Data -----	73
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas-----	73
a. Uji Validitas-----	73
b. Uji Reliabilitas-----	74
3.5.2 Uji Asumsi Klasik -----	75
1. Uji Normalitas -----	75
2. Uji Multikolonieritas-----	75
3. Uji Heteroskedastisitas -----	76
4. Uji Autokorelasi -----	76
3.5.3 Analisis Data -----	77
1. Metode Analisis Kuantitatif -----	77
2. Analisis Regresi Berganda-----	78
3.5.4 Menguji Hipotesis -----	78
1. Uji Koefisien Determinasi -----	78

1.4 Sistematika Penulisan-----	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori -----	13
2.1.1 Label Halal -----	13
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)-----	32
2.1.3 Minat Membeli -----	54
2.1.4 Produk Kosmetik Wardah-----	59
2.2 Penelitian Terdahulu -----	64
2.3 Kerangka Pikir-----	65
2.4 Hipotesis -----	66
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data -----	67
3.1.1 Data Primer-----	67
3.1.2 Data Sekunder -----	68
3.2 Populasi dan Sampel-----	68
3.3 Teknik Pengumpulan Data-----	69
3.3.1 Teknik Pertanyaan/Kuesioner -----	69

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 11 November 2013
Deklarator,

Windartatik
NIM. 092411189

ABSTRAK

Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Membanjirnya produk kosmetik di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Ketatnya persaingan bisnis industri kosmetik menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk kosmetik yang bermutu dan aman. Salah satunya adalah dengan mencantumkan informasi label halal pada produk kosmetik dan membentuk *brand image* (citra merek) yang baik dimata konsumen sehingga menimbulkan minat untuk membeli dibenak para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal MUI dan *brand image* terhadap minat membeli produk kosmetik Wardah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif di mana terdapat dua variabel yaitu label halal MUI dan *brand image* sebagai variabel bebas (*independent*) dan minat membeli sebagai variabel terikat (*dependen*), dengan menggunakan sumber data di antaranya data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, menyebar angket (kuesioner) dan dokumentasi. Serta menggunakan alat ukur berupa validitas dan reabilitas untuk melihat kevalidan hasil penelitian dan reabel dalam *Crombach Alpha*, selanjutnya menggunakan metode analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan simultan, yaitu variabel label halal MUI dan *brand image* terhadap minat membeli, dengan menggunakan uji hipotesis berupa uji T yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan, secara parsial mampu menjelaskan varibel terikat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL -----	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING-----	ii
HALAMAN PENGESAHAN-----	iii
HALAMAN MOTTO -----	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN -----	v
HALAMAN DEKLARASI-----	vii
HALAMAN ABSTRAK-----	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR -----	x
HALAMAN DAFTAR ISI -----	xiii
HALAMAN DAFTAR TABEL -----	xviii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR-----	xix
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN -----	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakangMasalah-----	1
1.2 Perumusan Masalah -----	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian -----	10

7. Semua sahabat dan teman-temanku yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Teriring do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 11 November 2013

Penulis,

Windartatik
NIM: 092411189

Uji simulasi (uji F) yaitu digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan, secara simultan mampu menjelaskan variabel terikat. Dan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Dari hasil penelitian tersebut, dilihat secara parsial dengan uji T bahwa label halal MUI berpengaruh signifikan terhadap minat membeli produk kosmetik Wardah dengan t hitung sebesar 7,799, sedangkan variabel *brand image* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,623. Selanjutnya dalam uji pengaruh secara simultan dengan uji F menunjukkan bahwa label halal MUI dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat membeli dengan nilai F hitung sebesar 161,747 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dan secara koefisien determinasi menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel minat membeli dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas label halal MUI dan *brand image* sebesar 78,8%. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat bermanfaat kepada semua pihak terutama dalam meningkatkan minat membeli produk kosmetik Wardah.

Kata kunci: Label Halal MUI, *Brand Image* dan Minat Membeli

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan maghfiroh-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat dan para pengikut beliau, dengan harapan semoga kita mendapat syafa'at di hari akhir nanti.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, penulis hanya bisa menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.

2. Dr. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Ali Murtadlo, M.A selaku Kajur Ekonomi Islam, serta Bapak Nur Fatoni, M.Ag selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Bapak Drs. H. Johan Masrukan, M.M selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak H. Tolkah, MA selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap civitas akademika Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, para dosen, karyawan beserta staf-stafnya.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang telah membesarkanku, atas segala kasih sayang serta do'anya dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.