

2. *Brand image* (X2)

Sebagaimana yang telah diterangkan diatas, bahwa variabel *brand image* (X2) secara parsial mempengaruhi minat membeli. Uji t menunjukkan bahwa pengaruh *brand image* terhadap minat membeli adalah signifikan, ini ditunjukkan dengan angka statistik t hitung lebih besar dari t tabel $2,623 > 1,988$. Menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial mempengaruhi minat membeli kosmetik Wardah.

Sedangkan hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *R Square* adalah 0,788. Hal ini berarti bahwa 78,8% variabel minat membelidapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu label halal MUI dan *brand image*. Sedangkan sisanya sebesar 21,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. *Paragon Technology and Innovation* (PTI) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetika. Dulunya bernama PT. Pusaka Tradisi Ibu, tetapi pada tahun 2011 berganti nama menjadi PT. *Paragon Technology and Innovation*. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985.

Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja keduanya di bidang farmasi dan kimia melandasi keberanian pasangan ini dalam mendirikan perusahaan yang memproduksi kosmetik. Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc merupakan sarjana kimia lulusan Institut Teknologi Bandung (ITB) tahun 1972, dan memperoleh gelar Master pada bidang ilmu kimia murni pada tahun 1977. Sedangkan Dra. Hj. Nurhayati Subakat adalah

Sarjana Farmasi yang juga lulusan ITB yang lulus pada tahun 1975, dan memperoleh gelar Apoteker pada tahun 1976, serta memiliki pengalaman kerja di Wella *Cosmetics* pada bagian pengendalian mutu.

Merek pertama yang dimiliki oleh PTI adalah Putri, dengan produk pertama adalah *shampoo*, yang kemudian berkembang menjadi produksi obat keriting, *creambath*, *hair tonic*, *hair spray*, dan produk perawatan rambut lainnya.

Pada tahun 1995, PTI kedatangan santri-santri dari Pesantren Hidayatullah yang meminta PTI memproduksi kosmetika yang bernafaskan Islami, maka lahirlah Wardah, dengan *positioning* Kosmetika Suci dan Aman. Suci karena produknya telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LP POM MUI dan Aman karena memakainya bahan baku bermutu tinggi dan tentunya telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh DepKes.

Selama lebih dari 25 tahun berpengalaman di bisnis kosmetik, saat ini PTI memiliki 2 (dua) unit bisnis utama, yaitu:

Dari uji hipotesis secara simultan atau yang dinotasikan dalam bentuk uji F menyatakan bahwa ada secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel label halal MUI dan *brand image* terhadap variabel minat membeli kosmetik wardah. Sebagaimana yang telah dibahas dalam item uji hipotesis simultan di atas, perhitungan nilai F sebesar 161,743 dan nilai signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 5%.

Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yaitu label halal MUI (X1) dan *brand image* (X2) terhadap variabel dependennya minat membeli (Y) adalah sebagai berikut:

1. Label Halal MUI (X1)

Dari uji hipotesis atau yang dinotasikan dalam bentuk uji t menunjukkan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan t tabel ($7,799 > 1,988$) menunjukkan bahwa label halal MUI secara parsial, signifikan dapat mempengaruhi minat membeli kosmetik Wardah.

1. Variabel label halal MUI (X_1)

Nilai t hitung variabel ini adalah 7,799 dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, adalah 1,988. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $7,799 > 1,988$. Artinya bahwa variabel X_1 (label halal MUI) berpengaruh signifikan terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

2. Variabel *brand image* (X_2)

Nilai t hitung variabel ini adalah 2,623 dengan tingkat signifikan 0,010. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, adalah 1,988. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $2,623 > 1,988$. Artinya bahwa variabel X_2 (*brand image*) berpengaruh signifikan terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

4.8 Pembahasan

Dengan melibatkan sebanyak 90 responden, memberikan informasi mengenai pengaruh dua variabel yaitu label halal MUI dan *brand image* mempengaruhi minat membeli.

1. Sebagai perusahaan manufaktur yang memproduksi berbagai produk *skin care*, *hair care*, dan kosmetik dengan *brand* sendiri, seperti : Wardah, Putri, *Make Over*, dan sebagainya.
2. Perusahaan Maklon, yaitu penyedia jasa produksi kosmetik untuk perusahaan-perusahaan lain. Hingga saat ini, beberapa nama besar dalam bisnis kosmetik telah menjadi klien utama PTI, diantaranya : Sophie Paris, CNI dan beberapa produk yang digunakan oleh klinik-klinik kecantikan.

Dan dengan pengalaman lebih dari 26 tahun juga, PTI telah membawa Wardah sebagai *brand* lokal terbesar di Indonesia dan menjadi *1st local brand* dengan penjualan tertinggi di Matahari *Dept. Store* dan menduduki ranking 3 dari seluruh *brand* (lokal dan global).

Selama 4 tahun terakhir, perusahaan telah tumbuh lebih dari 80% per tahun, dengan 30 daerah operasional dan lebih dari 3000 karyawan di seluruh Indonesia. Dan sudah membuka 120 *outlet Make Over* di Indonesia dan 22.000 *outlet* Wardah di Indonesia dan Malaysia.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT. Paragon Technology and Innovation adalah menjadikan perusahaan yang terus berkembang di berbagai bidang dengan menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Sedangkan misi perusahaan ini adalah:

1. Mengembangkan karyawan yang berkompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
2. Menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
3. Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
4. Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru, dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
5. Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral.

4.7.4 Uji t (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Untuk menguji hipotesis maka analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pemberian label halal MUI terhadap variabel dependen yaitu minat membeli.

Hasil uji t dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 4.189 | 1.257 | | 3.334 | .001 | | |
| X1 | .646 | .083 | .687 | 7.799 | .000 | .314 | 3.184 |
| X2 | .206 | .079 | .231 | 2.623 | .010 | .314 | 3.184 |

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung untuk label halal MUI (X_1) adalah 7,799, *brand image* (X_2) adalah 2,623

Berdasarkan kriteria uji hipotesis maka dapat disimpulkan:

4.7.3 Uji F (uji signifikan simultan)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 501.460 | 2 | 250.730 | 161.747 | .000 ^a |
| | Residual | 134.862 | 87 | 1.550 | | |
| | Total | 636.322 | 89 | | | |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari uji ANOVA didapat F hitung sebesar 161,743 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikannya jauh dibawah alpha 0,05 hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel label halal MUI dan *brand image* berpengaruh terhadap minat membeli. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan pemberian label halal MUI dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

4.1.3 Lokasi Kantor dan Pabrik

PT. Paragon Technology and Innovation memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jl.Kampung Baru V no. 44B Rt. 004/02. Kantor ini juga merupakan kantorpemasarannya dan sekaligus gudang barang jadi. Dengan menggunakan lahan seluas 700 m² dan luas bangunan 270 m², kantor multifungsi ini diisidengan ruang administrasi, kantor direksi, gudang produk jadi, gudangbahan baku dan kemasan, serta sebuah musholla.

Perusahaan memiliki dua buah pabrik yang menunjang kegiatan produksinya. Keduanya berlokasi di Tangerang, yaitu di kawasan industryCibodas dan kawasan industri Jatake. Kapasitas produksinya saat ini hampir 3 ton sehari untuk seluruh produknya.

Dalam penelitian ini, tempat yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah PT. Paragon Technology and Innovation Distribution Centre Wardah Jawa Tengah yang berlokasi di Jl. Kedungmundu Raya No. 37. Tandang, Tembalang, Semarang.

4.1.4 *Segmentation, Targeting dan Positioning*

Perusahaan menetapkan segmentasi produk Wardah pada wanita usia 20-35 tahun, dengan kelas sosial menengah. Namun ternyata konsumen yang menggunakan produk ini beraneka ragam usia dan status sosial.

Pada awal peluncurannya, Wardah memang ditujukan untuk kalangan agama tertentu, namun dari hasil penjualan diketahui bahwa konsumen Wardah ternyata tidak hanya berasal dari komunitas santri-santripesantren dan ibu-ibu pengajian saja, namun banyak pula wanita-wanita karir yang menggunakan produk ini. Bahkan ada pula konsumen non muslim yang menyukainya.

Sampai saat ini perusahaan tetap menggunakan *positioning* Wardah sebagai "Kosmetika Suci dan Aman". Jargon ini dirasakan Wardah cukup mengena dalam benak masyarakat. Dengan adanya kata suci, masyarakat menganggap Wardah sebagai produk halal dan aman sebagai jaminan keamanan dalam menggunakan produk ini.

dilihat bahwa semua variabel X_1 dan X_2 tidak ada yang keluar dari persamaan (kolom removed variable kosong). Setelah mengetahui seluruh variabel dimasukkan dalam analisis persamaan, maka dilakukan pengujian koefisien determinasi.

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16, seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^p

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .888 ^a | .788 | .783 | 1.24504 | 2.257 |

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa *R Square* adalah 0,788. Hal ini berarti bahwa 78,8% variabel minat membeli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu label halal MUI dan *brand image*. Sedangkan sisanya sebesar 21,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara brand image dengan minat membeli.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada Tabel Model *Summary* dan tertulis *R square*. Besarnya *R square* berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya *R square*, maka hubungan kedua variabel semakin lemah. Sebaliknya jika *R square* semakin mendekati 1 maka hubungan kedua variabel semakin kuat.

Tabel 4.13

| Variables Entered/Removed ^b | | | |
|--|---------------------|-------------------|---------|
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | X2, X1 ^a | | . Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang dikeluarkan atau dimasukkan kedalam persamaan, dapat

4.1.5 Produk-Produk Wardah

A. Basic Series for Skin Care

1. Facial Wash

Sabun muka lembut untuk semua jenis kulit. *Soap free formula*, tidak membuat kulit menjadi kering.

2. Cleanser

- Normal to dry skin

Susu pembersih dengan *PH balance* untuk kulit normal-kering. Dengan ekstrak bunga Camomile dan aloe Vera. Diperkaya vitamin E sebagai antioksidan.

- Normal to oily skin

Susu pembersih dengan *PH balance* untuk kulit normal berminyak. Ekstrak *witch hazel*-nya membantu meringkas pori dan mengencangkan kulit. Diperkaya pelembab dan vitamin E.

3. *Instan Remover*

Cairan pembersih *one step* untuk *make up* dan kotoran pada wajah. Formula ringan dan lembut. Tidak meninggalkan lapisan minyak di wajah.

4. *Hydrating Toner*

Toner lembut non alkohol. Tidak membuat kulit menjadi kering dan iritasi.

5. *Sunscreen Gel SPF 30*

Tabir surya *berbentuk* gel dengan SPF 30. Mengandung pelembab, *filter* UV-A dan UV-B yang melindungi kulit dari kerusakan akibat sinar matahari. Sangat dianjurkan kepada anda terlebih untuk beraktivitas di luar ruangan.

6. *Moisturizer cream*

Pelembab untuk semua jenis kulit. Mengandung *microcollagen*, *olive oil*, dan vitamin E (*antioksidan*) . Untuk kulit lembab dan senantiasa halus.

Tabel 4.12

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 4.189 | 1.257 | | 3.334 | .001 | | |
| X1 | .646 | .083 | .687 | 7.799 | .000 | .314 | 3.184 |
| X2 | .206 | .079 | .231 | 2.623 | .010 | .314 | 3.184 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari tabel diatas maka dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,189 + 0,646 X_1 + 0,206 X_2 + e$$

Dari hasil diatas dapat diketahui jika label halal MUI mengalami kenaikan 1%, maka minat membeli akan mengalami peningkatan sebesar 0,646 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara label halal MUI dengan minat membeli, semakin naik label halal MUI, maka semakin meningkat minat membeli. Sedangkan jika brand image mengalami kenaikan 1%, maka minat membeli akan mengalami peningkatan sebesar 0,206 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien

regresi diperoleh nilai Durbin Watson 2,257 dengan jumlah variabel bebas (k)= 2, sample (n) = 90 dan $dl = 1,612$, $du = 1,703$. Maka $du < dw < 4-du$. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

4.6 Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan dasar regresi linear berganda ditulis dengan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$. Nilai konstanta (a) menunjukkan besarnya nilai variabel Y jika variabel X adalah 0. Sedangkan nilai b menunjukkan besarnya perubahan variabel Y jika variabel X berubah sebesar satu satuan.

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh peneliti, maka persamaan regresi linier berganda diperoleh dari table sebagai berikut:

7. *Moisturizer Gel*
Pelembab berbentuk *gel*. Mengandung *ekstrak chamomile, pro vitamin B-5* dan vitamin E. Ringan dan cocok untuk kulit berminyak sekalipun.
8. *Intensive night cream*
Krim malam dengan kandungan *squalene, microcollagen (aminopeptida)*, *olive oil* dan vitamin E. Sangat dianjurkan untuk memelihara kekenyalan kulit.
9. *Peeling cream*
Krim berisi *scrub* lembut dengan tiga aksi; mengangkat sel kulit mati, membantu mempercepat regenerasi sel dan sekaligus melembabkan. Dianjurkan dipakai seminggu sekali.
10. *Facial scrub*
scrub lembut dengan *PH balance*. Mengangkat kotoran hingga ke pori-pori.

11. *Facial mask*

masker untuk semua jenis kulit. Mengencangkan dan menghaluskan kulit.

B. *Lightening Series/White Series*

1. *Lightening gentle wash*

sabun pembersih dengan *PHbalance*. Mengandung ekstrak *licorice* dan vitamin B3 yang membantu mencerahkan kulit.

2. *Lightening facial scrub*

Scrub pembersih dengan *PH balance*. Mengangkat sel kulit mati dan kotoran penyumbat pori. Mengandung ekstrak *licorice* untuk kulit yang lebih cerah, bersih dan segar.

3. *Lightening milk cleanser*

Lotion pembersih yang mengandung AHA, ekstrak *licorice* dan vitamin B3. Membersihkan dan membuat kulit tampak lebih cerah.

4. *Lightening face toner*

terjadi Heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi minat membeli berdasarkan masukan variabel independennya.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Model Summary^p

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .888 ^a | .788 | .783 | 1.24504 | 2.257 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable:

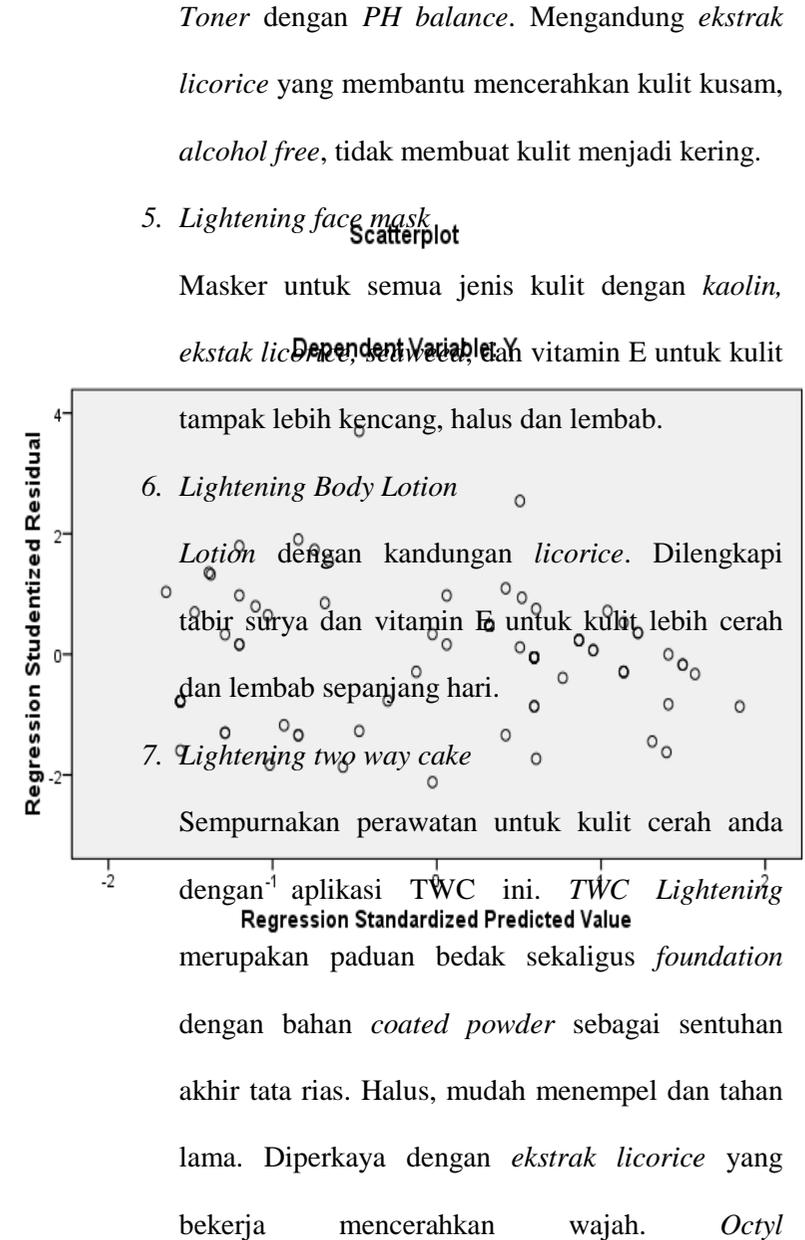
Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan antara pengganggu pada periode t dengan pengganggu pada pada periode t-1 (sebelumnya). Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin Watson* atas residual persamaan

terjadi persebaran yang tidak menggerombol membentuk suatu pola yang teratur, dapat disajikan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 4.6



Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak

Metoxycinnamate + Titanium Dioxide Micronize sebagai *UV protection* dan *squalene* yang melembabkan kulit.

C. *Acne Series*

Rangkaian perawatan jerawat yang membersihkan pori, mencegah dan menyembuhkan jerawat, serta membantu meminimalkan noda bekas jerawat.

1. *Acne cleansing gel*

Sabun pembersih bentuk *gel*. Mengandung *oil control* yang mengurangi kelebihan minyak, zat anti iritasi dan *keratolyc agent* yang mempercepat pengeringan jerawat.

2. *Acne gentle scrub*

Pembersih wajah berjerawat dengan *scrub* halus yang mengangkat kotoran dan sel kulit mati. Dengan *oil control*, *keratolyc agent* dan *anti irritant*.

3. *Pore tightening toner*

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai VIF, semua variabel yakni X1 dan X2 menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dan hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan hal yang sama yakni tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tampilan grafik Scatterplot, menunjukkan bahwa persebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residulnya tidak membentuk suatu pola yang pasti, atau

independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Multi) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 4.189 | 1.257 | | 3.334 | .001 | | |
| X1 | .646 | .083 | .687 | 7.799 | .000 | .314 | 3.184 |
| X2 | .206 | .079 | .231 | 2.623 | .010 | .314 | 3.184 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari hasil Pedoman suatu regresi yang bebas multikolinieritas adalah dengan melihat VIF dan tolerance. Jika $VIF < 10$ dan $toleran > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Toner tanpa alkohol untuk kulit berjerawat, diperkaya dengan *aloe vera* sebagai *moisturizer*, *Zinc Gluconate* dan *ekstrak witch hazel* untuk mengurangi minyak berlebih dan meringkas pori. Formulanya efektif menjadikan Wajah lebih segar, tidak nampak mengkilat, bebas jerawat dan tetap lembab.

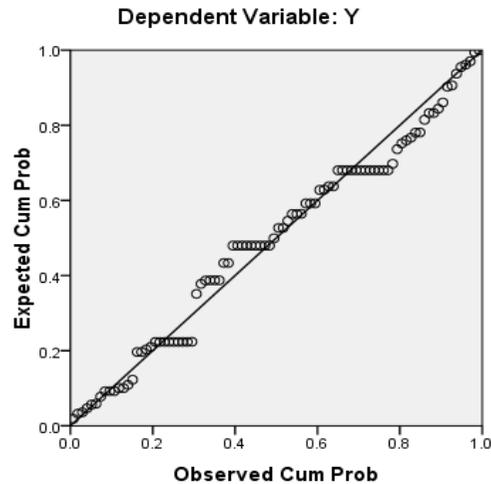
4. *Acne Perfecting Moisturizer Gel*

Pelembab *gel* dengan SPF 18. Melembabkan dan mengurangi kelebihan minyak pada wajah sekaligus melindungi kulit dari pengaruh buruk sinar matahari.

5. *Acne Treatment Gel*

Gel dengan *triclosan* yang mencegah timbulnya jerawat, *beta glucan* (anti iritasi) dan asam salisilat (*keratolitik*) untuk mengelupaskan dan mengeringkan jerawat.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



4. Pure Olive Oil (30 ml)
5. Intensive Moisturizer Cream (40 ml)
6. All Day Protection (60 ml)
7. Moist Plus
8. Pasta Gigi Zaki

Mendapat hadiah langsung berupa kantong serbaguna praktis yang dapat dilipat, botol spray untuk wudhu, serta buklet Panduan Ibadah Haji lengkap.

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dengan melihat tampilan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal yang berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 90 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.23097620 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .096 |
| | Positive | .096 |
| | Negative | -.091 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .908 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .382 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| | | |

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov, nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,908 dan signifikan 0,382 yang jauh diatas 0,05 yang berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik.

Sedangkan dari hasil analisis data dengan SPSS diperoleh grafik *probability plot/P-Plot* sebagai berikut :

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Adapun kriteria-kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

4.2.2 Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Prosentase jenis kelamin responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Prosentase |
|---------------|--------|------------|
| Perempuan | 90 | 100% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pada konsumen kosmetik Wardah yang diambil peneliti adalah wanita.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Tabel 4.1
Hasil Uji reliabilitas instrument

| Variabel | Reliabilitas Coefficients | Keterangan |
|----------|---------------------------|------------|
| X1 | 0,773 | Reliabel |
| X2 | 0,891 | Reliabel |
| Y | 0,788 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel.

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

4.2.3 Jenis usia responden

Uji Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah Data mengenai jenis usia responden konsumen data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

normal atau tidak. Uji normalitas dapat dideteksi dengan dua cara

yaitu uji statistik dan analisis grafik.

| Jenis Usia | Jumlah | Presentase |
|------------|--------|------------|
| 20-25 | 46 | 51% |
| 26-35 | 44 | 49% |
| Total | 90 | 100% |

maka hasil pengolahan peneliti dengan bantuan spss for windows versi 16.0 diperoleh table sebagai berikut:

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

| Variable | Pada tabel pertanyaan | di data | Correlation total | Uji t | bahwa r tabel | jumlah Keterangan |
|-----------|-----------------------|-------------|-------------------|-------|---------------|-------------------|
| responden | Pertanyaan 5 | konsumen | 0,480 | 0,207 | 0,207 | Valid |
| berusia | Pertanyaan 6 | 26-35 tahun | 0,598 | 0,207 | 0,207 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013
 prosentase sebesar 51% dan yang berusia 26-35 sebanyak 44

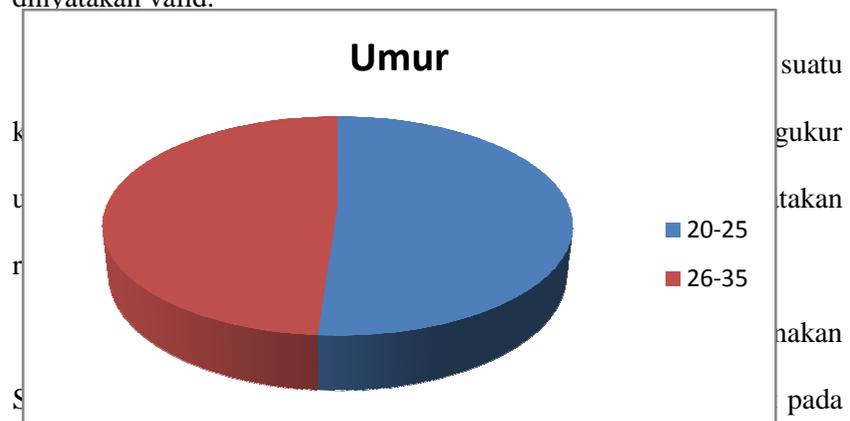
orang dengan prosentase 49%.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis usia pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,207) dan bernilai positif. responden yang dapat peneliti peroleh:

Dengan demikian butir-butir pertanyaan yang digunakan peneliti Gambar 4.2

dinyatakan valid.



tabel berikut:

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

4.2.4 Jenis pekerjaan responden

Data mengenai jenis pekerjaan responden konsumen kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Prosentase jenis pekerjaan responden

| Jenis pekerjaan | Jumlah | Prosentase |
|-------------------|--------|------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 28 | 31% |
| Pegawai Negeri | 11 | 12% |
| Wiraswasta | 23 | 25,5% |
| Pegawai Swasta | 22 | 24,5% |
| Lainnya | 6 | 7% |
| Total | 90 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pelajar/mahasiswa memiliki proporsi sebesar 31% sedangkan dari kalangan pegawai negeri hanya 12%, wiraswasta sebesar 25,5%, pegawai swasta sebesar 24,5%, dan lainnya sebesar 7%.

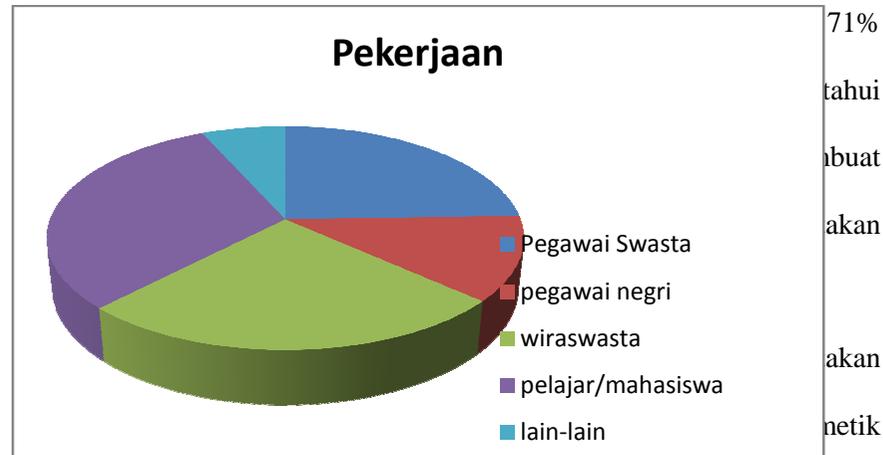
Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis pekerjaan yang dapat peneliti peroleh:

of freedom (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $90-2$ atau $df = 88$ dengan alpha 5% didapat r tabel 0,207. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil uji validitas instrument

| Variable | Item pertanyaan | Corrected Item total Correlation | r table | Keterangan |
|---------------------|-----------------|----------------------------------|---------|------------|
| Label Halal MUI(X1) | Pertanyaan 1 | 0,406 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 2 | 0,494 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 3 | 0,324 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 4 | 0,700 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 5 | 0,512 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 6 | 0,562 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 7 | 0,511 | 0,207 | Valid |
| Brand Image(X2) | Pertanyaan 1 | 0,775 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 2 | 0,732 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 3 | 0,828 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 4 | 0,818 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 5 | 0,758 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 6 | 0,631 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 7 | 0,283 | 0,207 | Valid |
| Minat Membeli(Y) | Pertanyaan 1 | 0,279 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 2 | 0,547 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 3 | 0,714 | 0,207 | Valid |
| | Pertanyaan 4 | 0,578 | 0,207 | Valid |

Item pertanyaan 6, Capaian 4.3 tabel diatas sebanyak 3%



Wardah kepada teman, saudara dan kerabat dekat lainnya,
Sumber: Data primer yang diolah, 2013

sedangkan sebanyak 13% responden menyatakan sangat setuju

4.2.4. dan sebanyak 33% responden menyatakan kurang setuju. Hal ini
 Jenis pendidikan responden

menunjukkan bahwa mereka kebanyakan ingin
 Data mengenai jenis pendidikan responden konsumen

merekomendasikan produk kosmetik Wardah kepada teman,
 kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

saudara dan kerabat dekat lainnya,
 Tabel 4.4

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
 Prosentase jenis pendidikan responden

| Jenis Pendidikan .. | Jumlah | Prosentse |
|---|--------|-----------|
| Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, | 6 | 6,5% |
| SMA | 49 | 54,5% |
| SARJANA | 35 | 39% |
| Total | 90 | 100% |

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan
Sumber: Data primer yang diolah, 2013
 membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree

Item pertanyaan 3 seperti pada tabel diatas adalah 57% responden menyatakan setuju bahwa Wardah adalah produk kosmetik Wardah dan tidak prestise dan SMA sebanyak 49 sedangkan sebanyak 19% menyatakan sebagai 35 orang sebanyak 36% responden menyatakan kurang setuju bahwa responden yang lebih banyak adalah 49% SMA dan 54% SMA sebanyak 68% responden untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan persentase untuk mendapatkan informasi produk yang anda inginkan yaitu produk kosmetik Wardah, sebanyak 2% responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan ada 30% responden yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut.



Item pertanyaan 5, seperti pada tabel diatas sebanyak 18% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 52% responden menyatakan setuju bahwa informasi tentang produk kosmetik Wardah membuat mereka mengetahui tentang produk tersebut beserta manfaatnya sehingga mereka tertarik untuk membeli produk kosmetik Wardah. Adapula yang menyatakan kurang setuju sebanyak 30% responden.

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Tabel 4.7
Skor kuesioner variabel Y

| Item Pertanyaan | Tot al SS | % | Tot al S | % | Tota l KS | % | Total TS | % | Tota l STS | % |
|--------------------|-----------------|----|-------------|----|--------------|----|-------------|---|------------------|---|
| 1 | 20 | 22 | 61 | 68 | 9 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 7 | 8 | 49 | 54 | 34 | 38 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 1 | 1 | 57 | 63 | 32 | 36 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 2 | 2 | 61 | 68 | 27 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 16 | 18 | 47 | 52 | 27 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 3 | 3 | 64 | 71 | 23 | 26 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 12 | 14 | 48 | 55 | 30 | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel minat membeli (Y), pada item pertanyaan 1, sebanyak 68% responden menyatakan setuju bahwa produk yang ditawarkan memotivasi mereka untuk tertarik membeli dan menggunakan produk kosmetik Wardah, adapun sebanyak 22% responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut, akan tetapi ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 10%.

Item pertanyaan 2, seperti pada tabel diatas sebanyak 54% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli produk kosmetik Wardah karena kebutuhan, adapun sebanyak 8% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Adapula yang menyatakan kurang setuju sebanyak 38% responden.

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh dilapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik deskripsi.

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian dimana penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni meliputi minat membeli (Y), pemberian label halal MUI(X1), *brand image* (X2). Sampel yang diambil data dalam penelitian ini adalah 90 orang konsumen kosmetik Wardah. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 90 orang konsumen tersebut hasilnya dapat dijelaskan sebagaimana dibawah ini:

4.3.1. Pemberian label halal MUI variabel X₁

Dari data hasil penelitian mengenai variabel bebas pertama yaitu label halal MUI (X1) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban

skala lima pilihan. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Skor kuesioner variabel X₁

| Item Pertanyaan | Total SS | % | Total S | % | Total KS | % | Total TS | % | Total STS | % |
|--------------------|-------------|----|------------|----|-------------|----|-------------|---|--------------|---|
| 1 | 19 | 21 | 63 | 70 | 8 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 5 | 6 | 47 | 52 | 38 | 42 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 9 | 10 | 41 | 46 | 40 | 44 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 3 | 3 | 56 | 62 | 31 | 35 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 13 | 15 | 47 | 52 | 30 | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 15 | 17 | 40 | 44 | 35 | 39 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 11 | 12 | 49 | 55 | 30 | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel pemberian label halal MUI (X₁). Item pertanyaan 1, sebanyak 21% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 70% memilih setuju dan 9% memilih kurang setuju. Dilihat dari prosentase diatas artinya mereka percaya bahwa dalam proses pembuatan produk kosmetik Wardah tidak tercampur dengan barang atau barang haram

Item pertanyaan 2, sebanyak 6% responden menyatakan sangat setuju, 52% menyatakan setuju, 42% menyatakan kurang setuju . Hai ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak yang setuju air yang digunakan dalam proses pembuatan produk

diri dalam penampilan, adapun sebanyak 4% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Adapula yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 37% responden.

Item pertanyaan 7, sebanyak 73% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk lain, adapun sebanyak 18% responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut dan ada juga yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 9% responden.

4.3.3 Minat Membeli sebagai variabel Y

Dari data hasil penelitian mengenai variabel terikat yaitu minat membeli (Y) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir instrumen. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Item pertanyaan 3, sebanyak 55% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah Produk kosmetik yang mudah diperoleh di pasaran, sedangkan sebanyak 4% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 41% responden menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan lebih banyak responden yang setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah Produk kosmetik yang mudah diperoleh di pasaran.

Item pertanyaan 4, sebanyak 57% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah kosmetik dengan harga yang terjangkau, sedangkan sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 40% responden menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 5, sebanyak 52% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah memiliki keunggulan dibandingkan produk lain dan banyak manfaatnya, sedangkan sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan 45% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 6, seperti pada tabel diatas sebanyak 59% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah membuat penampilan anda lebih menarik dan merasa lebih percaya

kosmetik Wardah merupakan air yang bersih, tidak berwarna, tidak berbau dan terjaga kebersihannya.

Pada item pertanyaan 3, sebanyak 10% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 46% responden menyatakan setuju, sebanyak 44% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan responden yang diteliti lebih banyak yang setuju bahwa bahan baku utama produk kosmetik Wardah berasal dari pemasok yang sudah bersertifikasi halal sehingga anda tidak perlu khawatir untuk menggunakannya.

Pada item pertanyaan 4, sebanyak 62% responden menyatakan setuju bahwa bahan baku utama produk kosmetik Wardah tetap terjaga kualitas kehalannya dan mampu bersaing dengan produsen kosmetik yang ada dipasaran, sedangkan sebanyak 35% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 3% menyatakan sangat setuju.

Pada item pertanyaan 5, sebanyak 15% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 52% responden menyatakan setuju, bahwa bahan pembantu untuk pembuatan produk kosmetik

Wardah sudah sesuai dengan kadar keamanan SNI, sedangkan sebanyak 33% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 6, sebanyak 17% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 44% memilih setuju dan 39% memilih kurang setuju. Dilihat dari prosentase diatas artinya bahwa mereka merasa aman untuk menggunakan kosmetik Wardah karena pada kemasan kosmetik Wardah terdapat labelisasi yang jelas meliputi informasi komposisi, cara memakai, label halal, tanggal kadaluarsa, layanan konsumen dll.

Item pertanyaan 7, sebanyak 12% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 55% memilih setuju dan sebanyak 33% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa adanya informasi label halal LPPOM MUI pada kemasan produk kosmetik Wardah memperkuat bahwa produk kosmetik Wardah tidak berbahaya bagi anda.

4.3.2. Brand image sebagai variabel X₂

Dari data hasil penelitian mengenai variabel bebas kedua yaitu *Brand Image* (X₂) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir

instrumen. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Skor kuesioner variabel X₂

| Item Pertanyaan | Total SS | % | Total S | % | Total KS | % | Total TS | % | Total STS | % |
|--------------------|-------------|----|------------|----|-------------|----|-------------|---|--------------|---|
| 1 | 4 | 4 | 53 | 59 | 33 | 37 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 3 | 3 | 52 | 58 | 35 | 39 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 4 | 4 | 49 | 55 | 37 | 41 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 3 | 3 | 51 | 57 | 36 | 40 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | 3 | 3 | 47 | 52 | 40 | 45 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 4 | 4 | 53 | 59 | 33 | 37 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | 16 | 18 | 66 | 73 | 8 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *brand image* (X₂). Item pertanyaan 1, sebanyak 4% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 59% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang bagus kualitasnya sedangkan sebanyak 37% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 2, sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan 58% responden mengatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah tahan lama dipakai dan cocok dengan kulit mereka. Sedangkan sebanyak 39% responden menyatakan kurang setuju.