

**PENGARUH LABEL HALAL DAN PERIKLANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

IDA RATNAWATI

082411100

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARI'AH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2013

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
Pelem Gedong No.6 Tambakaji Semarang
Rustam DKAH, M.Ag
Jl. Taman Jeruk II Bukit Jatisari Permai A.9 No.7 Mijen Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Ida Ratnawati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah
IAIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

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

Nama : Ida Ratnawati
NIM : 082411100
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.

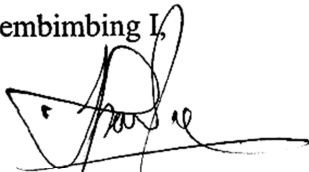
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Januari 2013

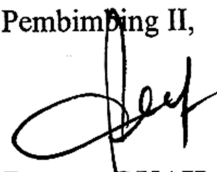
Mengetahui,

Pembimbing I,



Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II,



Rustam DKAH, M.Ag
NIP. 19690723 199803 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Telp. (024) 7601291 Ngaliyan Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Ida Ratnawati
NIM : 082411100
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : **Pengaruh Label Halal dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.**

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang dinyatakan lulus pada tanggal:

30 Januari 2013

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir Program Sarjana Strata Satu (S1) guna memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 30 Januari 2013

Mengetahui,

Ketua Sidang,

Afif Noor, S.Ag., S.H., M.Hum
NIP. 19760615 200501 2 004



Sekretaris Sidang,

Rustam DKAH, M.Ag
NIP. 19690723 199803 1 005

Penguji I,

Drs. Gufron Ajib, M.Ag
NIP. 19660325 199203 1 001

Penguji II,

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
NIP. 19690830 199403 2 003

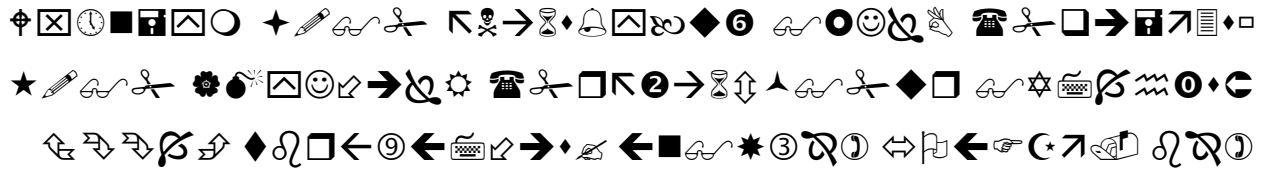
Pembimbing I,

Drs. H. Hasyim Syarbani, MM
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II,

Rustam DKAH, M.Ag
NIP. 19690723 199803 1 005

MOTTO



Artinya: *“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan*

Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya

kepada_Nya saja menyembah .”(Q.S An-Nahl : 114)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, Aku persembahkan karyaku yang sangat sederhana ini kepada:

- ❖ Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan keringanan langkah hingga padaNya lah semuanya bergantung.
- ❖ Kedua orang tuaku, Bapak Susman & Ibu Tujiati tercinta yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus dan tak pernah bosan ataupun lelah mendoakan di setiap langkah buah hatinya.
- ❖ Segenap keluargaku yang selalu memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan karya kecilku ini.
- ❖ Mbakku (Mbak Ri), Adikku (Bagas), Keponakan-keponakanku (Aqib, Kiki, Arsyah, Kana, Raka, Abi), yang selalu memberikan semangat dan menjadi penghibur hati dengan canda-tawa mereka yang khas.
- ❖ Akhlis Aulia yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi dan mendengarkan keluh kesah dalam masa penyelesaian penulisan skripsi.
- ❖ Mas Miftah selaku Koordinator Distribution Center (KDC) Kantor Wardah cabang Semarang yang selalu memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- ❖ Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam C “2008” yang selama ini kita telah bersama-sama dalam suka maupun duka dan berjuang bersama.

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 satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 16 Januari 2013

Deklarator,

Ida Ratnawati

NIM. 082411100

ABSTRAK

Ketatnya persaingan bisnis industri kosmetik menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk kosmetik yang bermutu dan aman, serta diperlukan usaha salah satunya dengan melakukan kegiatan periklanan. Salah satu hak konsumen itu adalah adanya informasi label halal pada produk kosmetik Wardah. Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang semacam LP POM MUI untuk memastikan bahwa suatu produk itu sudah lolos pengujian kehalalan. Periklanan merupakan alat persuasif atau alat untuk membujuk juga untuk mendapatkan pesan atau *image*. Dalam penelitian ini menjelaskan masalah apakah ada pengaruh label halal dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara parsial atau simultan bagaimana label halal dan periklanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

Setelah penelitian ini dilakukan, diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah memberikan masukan dan informasi terhadap perusahaan kosmetik, terutama manager pemasaran dalam menentukan kebijakan mengenai label halal dan periklanan yang paling tepat agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel acak (*simple random sampling*). Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data menggunakan kuisioner atau angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik.

Hasil uji t untuk variabel label halal (X1) diperoleh nilai t hitung 4,045 dan t tabel sebesar 0,1975. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel, sedangkan signifikansi 0,000. Karena t hitung lebih tinggi daripada t tabel dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka label halal secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Sedangkan variabel periklanan (X2) diperoleh nilai t hitung 1,496 sedangkan t tabel 0,1975. Hal ini berarti t hitung lebih besar dari pada t tabel, sedangkan nilai signifikansi 0,138. Karena nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilai signifikansi $0,138 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_A . Maka terbukti periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Dari uji F test, didapat F hitung adalah 13,822 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka label halal dan periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, setelah melewati waktu yang begitu panjang dan melelahkan serta menghadapi berbagai tantangan, cobaan dan ujian, serta keharusan untuk menyelesaikan berbagai amanah, kewajiban dan tanggung jawab, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam bentuk karya ilmiah skripsi. Ini bukan akhir dari studi yang telah dijalankan pada masa sekarang, akan tetapi penulis yakin ini adalah awal dari tanggung jawab sebagai bagian dari peran akademis cendekiawan muslim untuk terus memberikan kontribusi dan masukan dalam rangka membumikan Ekonomi Islam. Inilah sebuah perjuangan dan jalan hidup yang telah ditempuh. Semua ini tentunya tak akan menjadi sebuah kenyataan tanpa adanya uluran tangan dan kepedulian serta dorongan dari berbagai pihak. Penulis sampaikan: Rasa puji serta syukur kepada Allah SWT atas curahan segala nikmat, rahmat dan karunia yang tidak terbatas. Tak sanggup penulis menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya pertolongan dan petunjuk serta hidayah_Nya.

1. Terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
2. Terima kasih kepada Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.
3. Terima kasih kepada Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Nur Fatoni, M.Ag selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan bimbingan akademik.

4. Terima kasih kepada Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan dan nasehat sehingga terselesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada Bapak Rustam DKAH, M.Ag selaku pembimbing II yang senantiasa sabar, ikhlas meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu dosen Ekonomi Islam dan yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu yang tak terkira dan banyak menambah ilmu bagi penulis.
7. Rasa terima kasih yang begitu mendalam tak cukup penulis ungkapkan hanya lewat kata-kata. Terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah berjuang dengan gigih dan tanpa pamrih membesarkan, mendidik serta mendoakan dengan tulus. Selain itu Bapak dan Ibu juga selalu mengajarkan pentingnya mencari ilmu.
8. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis demi terselesainya skripsi ini.

Semoga segala bantuan, dukungan dan doanya kepada penulis Allah balas dengan kebaikan yang berlimpah. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya. Amin.

Semarang, 16 Januari 2013

Penulis,

Ida Ratnawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pengertian Pengaruh.....	9
2.1.2 Label halal	
2.1.2.1 Pengertian label	10

2.1.2.2	Fungsi label.....	11
2.1.2.3	Tipe-tipe label.....	12
2.1.2.4	Keuntungan menggunakan label yang efektif.....	12
2.1.2.5	Tujuan pelabelan.....	13
2.1.2.6	Pengertian label halal.....	14
2.1.2.7	Sertifikat halal.....	16
2.1.2.8	Kajian syariah tentang label halal.....	20
2.1.3	Periklanan	
2.1.3.1	Pengertian periklanan.....	21
2.1.3.2	Tujuan periklanan.....	23
2.1.3.3	Periklanan dan Pemasaran.....	26
2.1.4	Keputusan pembelian	
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.2	Pihak-pihak yang Terlibat dalam Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.3	Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4.4	Kajian Syariah tentang Keputusan Pembelian.....	36
2.1.5	Produk Wardah kosmetik.....	37
2.2	Penelitian Terdahulu.....	40
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
2.4	Hipotesis.....	43

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data	
3.1.1 Jenis Penelitian	45
3.1.2 Sumber Data	46
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Variabel Penelitian	50
3.5 Teknik Analisis Data	
3.5.1 Uji Validitas dan Reabilitas	53
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	58

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	62
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	63
4.1.4 Produk Kosmetik Wardah	64
4.1.5 Label Halal dan Periklanan Produk Kosmetik Wardah	70
4.1.6 Kebijakan Halal Kosmetik Wardah	74
4.1.7 Tiga Prinsip Kosmetik Wardah	75
4.1.8 Keunggulan Kosmetik Wardah dibanding kosmetik merek lainnya	75
4.1.9 Grafik Penjualan Kosmetik Wardah	76

4.2	Gambaran Umum Responden.....	77
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	81
4.4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	
	a. Hasil Uji Validitas.....	85
	b. Hasil Uji Reliabilitas.....	87
4.5	Hasil Analisis Data	
4.5.1	Uji Hipotesis	
	a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
	b. Uji t atau Uji Parsial.....	89
	c. Uji F atau Uji Simultan.....	90
4.5.2	Analisis Uji Asumsi Klasik	
	a. Uji Normalitas.....	92
	b. Uji Multikolinearitas.....	93
	c. Uji Heteroskedastisitas.....	94
	d. Uji Autokorelasi.....	95
4.6	Pembahasan.....	96

BAB V : PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran-saran.....	101
5.3	Penutup.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4.2 Umur Responden	78
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	79
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	80
Tabel 4.5 Deskripsi Data Penelitian	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	87
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.9 Hasil Uji F atau Uji Simultan	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pihak-pihak yang Terlibat dalam Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik Penjualan Kosmetik Wardah	76
Grafik 4.2 Hasil Uji Normalitas	93
Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95