

**PENGARUH LABEL HALAL, IKLAN TELEVISI, DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA WANITA
DI JAKARTA**

TUGAS AKHIR



Mutia Susana

1151901014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : MUTIA SUSANA

NIM : 1151901014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 Juni 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mutia Susana

NiM : 1151901014

Program Studi : S-1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Iklan Televisi dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Wanita di Jakarta

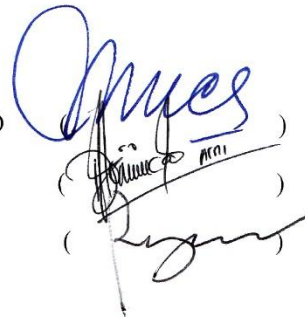
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, SE, M.Sc, MBA, Ph.D

Penguji 1 : Dominica Arni Widyastuti, S.E, M.M

Penguji 2 : Aurino Rilman Djamaris, Ir., M.M

The image shows three handwritten signatures in blue ink. The top signature is the largest and most prominent, appearing to be 'Muchsin'. Below it are two smaller signatures, one of which appears to be 'Dominica' and the other 'Aurino'. Each signature is enclosed in a simple hand-drawn rectangular box.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Juni 2017

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Tugas Akhir ini diberi judul “Pengaruh Label Halal, Iklan Televisi, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Wanita di Jakarta”. Adapun penulisan Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.


Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, tanpa adanya bantuan dan bimbingan, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Muchsin Saggaf S, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M selaku dosen pembahas dalam sidang Tugas Akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan Tugas Akhir ini.
3. Aurion Rilman A. Djamaris, Ir., M.M selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan Tugas Akhir ini.
4. Papa dr.Acep Mukhtar dan Mama dr.Susy Irmayani tersayang, serta adik penulis Muni Syahirma serta segenap keluarga yang selalu memberikan bantuan, semangat, kasih sayang, dan doa tanpa henti kepada penulis.
5. Kesayangan Garciano Arnold dan Adisti Meinitasari yang sudah senantiasa mendengar keluhan yang penulis sampaikan. Semoga tidak pernah bosan untuk terus mendengarnya.

6. Tika, Putri, Kitty, Lisa, serta teman-teman kantor penulis yang lain, atas masukan-masukannya, selalu menyemangati dan mendukung penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen Universitas Bakrie, Julia Grascia, Dessi Pujiastutik, Rani Maisa Noviana, dan Iin Inayah, yang selalu mendukung, berbagi ilmu, memberikan inspirasi, dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga penulis sangat membutuhkan saran dari pembaca. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat kedepannya.

Jakarta, Juni 2017



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutia Susana
NIM : 1151901014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH LABEL HALAL, IKLAN TELEVISI, DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA WANITA DI JAKARTA

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 8 Juni 2017

Yang Menyatakan



Mutia Susana

**PENGARUH LABEL HALAL, IKLAN TELEVISI, DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
WARDAH PADA WANITA DI JAKARTA**

Mutia Susana¹

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, iklan televisi, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian Wardah. Data primer dan data sekunder diperoleh. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber jurnal. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sasaran dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, total sampel sebanyak 125 responden diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan label halal, iklan televisi, dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, label halal, iklan televisi, dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Disarankan agar penelitian lebih lanjut tentang label halal, iklan televisi, dan *celebrity endorser* diperlukan. Selain itu, perusahaan harus menjaga citra bagus dari komposisi halal, iklan yang menarik dan dengan menggunakan wanita muda dan elegan.

Kata kunci: label halal, iklan televisi, *celebrity endorser*, keputusan pembelian

¹Mahasiswa Program Manajemen Universitas Bakrie

THE EFFECT OF HALAL LABEL, TELEVISION ADVERTISING, AND CELEBRITY ENDORSER TOWARDS PURCHASING DECISION OF WARDAH'S PRODUCT

Mutia Susana¹

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of halal label, television advertising, and celebrity endorser on purchase decision of Wardah. Both primary and secondary data were obtained. Secondary data were obtained from various sources journals. Primary data were obtained by distributing the questionnaire to the target respondents using a convenience sampling technique, a total sample of 125 respondents were obtained. The results showed that simultaneously label halal, television advertising, and celebrity endorser had a significant effect on purchasing decision. Similiarly, halal label, television advertising, and celebrity endorser had a significant effect partially on purchasing decision. It is recommended that further research of halal label, television advertising, and celebrity endorser is needed. In addition, the company should keep the good image of halal ingredients, attractive advertising, with using young and elegant woman.

Keywords: halal label, television advertising, celebrity endorser, purchasing decision.

¹Student of Bakrie University Manajemen Major

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMAKASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Label Halal	5
2.1.1 Label.....	5
2.1.2 Halal	7
2.1.3 Pengertian Label Halal	8
2.2 Periklanan.....	8
2.2 Iklan dan Iklan Televisi.....	8
2.2.2 Fungsi Iklan.....	9
2.2.3 Elemen-Elemen Iklan.....	10
2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Endorser</i>	13
2.3.3 Atribut-Atribut Pendukung <i>Endorser</i>	13
2.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Alasan Pembelian Konsumen.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	18

2.7 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	23
3.1.1 Defenisi Jenis Penelitian	23
3.1.2 Defenisi Variabel Penelitian.....	23
3.1.3 Defenisi Operasional Variabel	24
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.3 Metode Pengambilan Data	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1 Data Primer	28
3.4.2 Data Sekunder	28
3.5 Alat Ukur Penelitian.....	29
3.6 Metode Analisis.....	29
3.6.1 Uji Validitas	29
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.4 Analisis Liner Berganda.....	31
3.6.5 Analisis Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Karakteristik Responden	33
4.1.2 Uji Validitas dan Reabilitas.....	34
4.1.2.1 Uji Validitas	34
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	38
4.1.3.1 Uji Normalitas	39
4.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas	41
4.1.3.3 Uji Multikolinearitas	42
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.1.5 Hasil Uji T	45
4.1.6 Hasil Uji Determinasi	46
4.1.7 Hasil Uji F	47
4.2 Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator-indikator.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4.2 Nilai Pearson Correlation (30 Responden)	35
Tabel 4,3 Nilai Pearson Correlation (125 Responden)	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden)	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas (125 Responden)	38
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	38
4.1.3.1 Uji Normalitas	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas data statistik.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi	46
Tabel 4.11 Hasil Uji F	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	19
Gambar 2.2 Model Konseptual Penelitian	21
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	39
Gambar 4.2 <i>P-Plot Regression</i>	40
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Uji Validitas.....	68
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 4 Uji Normalitas Model Regresi Secara Grafik.....	74
Lampiran 5 Hasil Uji Determinasi	76