



PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN LABEL  
HALAL PRODUK KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI ULANG  
(Study Empiris Pada Toko Ratu di Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk  
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Budi Setiawan  
NIM: 12 1041 1075

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2016

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Budi Setiawan

NIM : 12 1041 1075

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL PRODUK KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI ULANG (Study Empiris Pada Toko Ratu di Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 27 juni 2016

Yang menyatakan,

Budi Setiawan

NIM. 12 1041 1075

# SKRIPSI

## PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL PRODUK KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI ULANG (Study Empiris Pada Toko Ratu di Jember)

Oleh:

Budi Setiawan

NIM: 12 1041 1075

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama :Dra. Retno ES, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes G.W., SE MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh keragaman produk, Kualitas Produk Dan Label Halal Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang (Study Empiris Pada Toko Ratu di Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :  
Tanggal :  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati SH, SE, MM

NPK. 05 09 447

Anggota I,

Anggota II,

Dra. Retno Endah Supeni SE, MM

NPK. 95 10 256

Yohanes G.W., SE MM

NPK.1509653

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr.Arik Susbiyanti, M.Si

NPK.01 09 289

Maheni Ika Sari, SE. MM.

NIP. 197708112005012001

## **MOTTO**

““Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

~ Al-Baqarah: 153 ~

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.”

~Aristoteles~

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Asrofah dan Bpk. Agus Supriyadi yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Kedua dosen pembimbingku, Ibu Dra.Retno Endah Supeni SE,MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak : Yohanes GW.,SE,MM selaku dosen pembimbing II Serta dosen penguji Ibu Trias Setyowati SH, SE, MM yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih.
3. Teman-teman angkatan ekonomi manajemen 2012 yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi
4. Sahabat MAGENK (Boby Bintang S, Mohamad Rizal Pratama, Galang Arya Wiguna, Riyan Didik Pratama, Moc.Rizky, Nur Choiry, Alfian Tri Setiawan, Eka Maslaha, Oky Tiara, Indah Ayu Dwi, Dan Anita Agustin) yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
5. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi
6. Almamater yang aku banggakan Universitas Muhammdiyah Jember.

## ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi minat beli ulang konsumen di Toko Ratu di Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan label halal terhadap minat beli ulang konsumen secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori keragaman produk, kualitas produk, label halal, dan minat beli ulang konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di toko Ratu di jember. Sampel yang digunakan sebanyak 78 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS versi 20. Hasil uji t menunjukkan signifikansi keragaman (0,003), kualitas produk (0,000), dan label halal (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga secara simultan keragaman produk, kualitas produk dan label halal , berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Analisis regresi menunjukkan bahwa keragaman produk (0.230), kualitas produk (0.937) dan label halal (0.225) berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Uji koefisien determinasi menunjukan bahwa 73,8% minat beli ulang konsumen di toko Ratu Jember di pengaruhi oleh keragaman produk, kualitas produk dan label halal. Sedangkan sisanya 26,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model atau persamaan.

Kata kunci: keragaman produk, kualitas produk, label halal dan minat beli ulang konsumen

## **ABSTRACT**

*Research about factors that influence consumer purchase interest in the distributions Ratu Shop in Jember. The purpose of this research is to analyze the influence of product diversity, product quality and rightfull label to the consumer purchase interest partial and simultaneous. The theory used in this research is the theory of product diversity, product quality and rightfull label and consumer purchase interest. This type of research is descriptive quantitative and research design is kausalitas. The population in this research is Ratu Shop Jember consumers. The samples used were 78 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression with SPSS software version 20. t-test results showed significant value of product diversity (0.003), product quality (0,000) rightfull label (0,000) is smaller than 0.05, so that partially have a significant influence to the consumer purchase interest. F test results showed the significant value is 0,000 less than 0.05, so that simultaneous product diversity, product quality and rightfull label has a significant influence to the consumer purchase interest. Regression analysis showed that the product diversity (0.230), product quality (0.937) and rightfull label (0.225) have a positive influence to consumer purchase interest. Coefficient determination test shows that 73,8%. of consumer purchase interest at Ratu Shop Jember influenced by the product diversity, product quality and rightfull label. While the remaining 26,2% is influenced by other variables outside the model or equation.*

*Keyword: product diversity, product quality and rightfull label and consumer purchase interest*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh keragaman produk, kualitas produk Dan Label Halal Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang (Study Empiris Pada toko Ratu di Jember) ”.

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Asrofah dan Bpk. Agus Supriyadi yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE. MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Kedua dosen pembimbingku, Ibu Dra.Retno Endah Supeni SE,MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak : Yohanes GW., SE,MM selaku dosen pembimbing II Serta dosen penguji Ibu Trias Setyowati SH, SE, MM yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Sahabat MAGENK (Boby Bintang S, Mohamad Rizal Pratama, Galang Arya Wiguna, Riyan Didik Pratama, Moc.Rizky, Nur Choiry, Alfian Tri Setiawan, Eka Maslaha, Oky Tiara, Indah Ayu Dwi, Dan Anita Agustin) yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2012 FE UNMUH JEMBER.
7. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan

dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Jember, 27 juni 2016

Peneliti

Budi Setiawan

NIM: 12 1041 1075

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 LatarBelakang .....	1
1.2 PerumusanMasalah .....	14
1.3.Tujuan Penelitian .....	14
1.4. Manfaat penelitian.....	15

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Tinjauan Teori.....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian .....	31
BAB 3. METODE PENELITIAN .....	34
3.1 Identifikasi Variabel.....	34
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3 Desain Penelitian .....	36
3.4 Sampel, populasi dan Teknik Pengambilan sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel .....	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.5 Jenis data.....	36
3.5.1 Data sekunder.....	36
3.5.2 Data primer .....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Uji Instrumen Data .....	40
3.8.2 Regresi Linier Berganda .....	41
3.8.3 Uji Asumsi klasik.....	42

3.8.4 Uji Hipotesis .....	43
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi .....	44
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.2. Aspek Personalia.....	48
4.3. Aspek Oprasional.....	49
4.4 Aspek Penjualan .....	50
4.5 Gambaran Umum Responden .....	51
4.6 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	53
4.7 Analisis Data.....	60
4.7.1 Uji Instrumen Data .....	60
4.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
4.7.3 Uji Asumsi klasik.....	64
4.7.4 Uji Hipotesis .....	67
4.7.5 Analisis Koefisien Determinasi .....	68
4.8. Pembahasan.....	69
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 .Pangsa Pasar (Market Share) Kosmetik di Indonesia .....	3
Tabel 1.2 Data Pelanggan Outlet Kosmetik di Jember .....	4
Tabel 1.3 Jumlah Konsumen Kosmetik di Jember .....	6
Tabel 1.4 Keragaman Produk di Toko Ratu.....	6
Tabel 1.5 volume penjualan tahun 2014-2015 .....	8
Tabel 1.6 Hasil Wawancara Pengunjung Toko Ratu .....	10
Tabel 2.1 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu .....	30
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan.....	49
Tabel 4.2 Produk Yang Di Tawarkan .....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli .....	52
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.1 .....	53
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.2 .....	54
Tabel 4.8 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.1.3 .....	54
Tabel 4.9 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.1 .....	55
Tabel 4.10 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.2 .....	55
Tabel 4.11 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.2.3 .....	56

Tabel 4.12 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.1 .....	56
Tabel 4.13 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.2 .....	57
Tabel 4.14 Frekuensi Responden Terhadap Indikator x.3.3 .....	57
Tabel 4.15 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.1 .....	58
Tabel 4.16 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.2 .....	59
Tabel 4.17 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.3 .....	59
Tabel 4.18 Frekuensi Responden Terhadap Indikator y.4 .....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.23 Hasil Uji T dan Uji F.....	67
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 2.1. Model Lima Tahap Pembelian .....	19
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	46
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot .....	64
Gambar 4.3 Grafik <i>Scater Plot</i> .....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian .....	78
LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Data .....	83
LAMPIRAN 3 Frekuensi Pernyataan Responden .....	89
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Instrumen Data.....	95
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi, Dan Uji Hipotesis .....	104
LAMPIRAN 6 Tabel R Poduck, Tabel T, Tabel F Dan Lembar Revisi Ujian Sidang.....	109