



PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, LABEL HALAL, *WORD OF MOUTH*
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN WARDAH
COSMETICS

(Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Matahari Departement Store Johar
Plaza Jember)

SKRIPSI

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

Oleh:

Intishar Mareta Ulfa Muttoharoh

NIM. 14.1041.1185

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

APRIL, 2018

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Pengaruh Brand Ambassador, Label Halal, Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Matahari Departement Store Johar Plaza Jember)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 02 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Naely Azhad, Msi
NIP 196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Akhmad Suharto, MP

Jekti Rahayu, SE,

M.Si

NPK 89 06 242

NPK 15 09 646

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si

Drs. Anwar, MSc

NPK. 01 09 289

NPK 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Label Halal*, *Word Of Mouth* dan *Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Matahari Departement Store Johar Plaza Jember)*”. Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
2. Bapak Drs. Anwar, Msc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Drs. M Naely Azhad, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP selaku pembimbing I dan Ibu Jekti Rahayu, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini serta memberikan saran dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014 tanpa terkecuali atas kebersamaannya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember, April 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Identifikasi Variabel.....	41
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.3 Desain Penelitian.....	44
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44

3.5 Jenis Data	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Skala Pengukuran	47
3.8 Teknik Analisis Data	48
3.9 Uji Instrumen Data	48
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.11 Uji Asumsi Klasik	51
3.12 Uji Hipotesis	53
3.13 Analisis Koefisien Determinasi	55
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis	60
4.3 Hasil Analisis Data	68
4.4 Pembahasan	79
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	89
Lampiran 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 4 Rekapitulasi Kuesioner	98
Lampiran 5 Frekuensi Pertanyaan Responden	101
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	108
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	112
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis.....	114
Lampiran 9 Tabel R Product Moment, Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T .	122
Lampiran 10 Dokumentasi.....	129



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Maya. 2016. *Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek (Brand Image), Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Ulang Produk*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Belch & Belch. 2001. *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Bunjanto, Jefry. 2017. *Pengaruh Periklanan, Citra Merek, Norma Subjektif, Labelisasi Halal, Brand Ambassador Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand, Communication Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books)
- Fandy, Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasyim, Mohammad Alfa. 2017. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosyen Publishing. Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 1998. *“Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning”*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua belas. PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2014. *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Littlejohn, Stephen W dan Foss. Karen A. 2014. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Rosda Karya. Bandung.
- Novan, Amri. Jefry Bunjanto. 2017. *Pengaruh Periklanan, Citra Merek, Norma Subjektif, Labelisasi Halal, Brand Ambassador Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- QS. Al-Maidah, *Tentang Diharamkan Memakan Bangkai, Darah, Daging Babi*. Al-Quran dan Terjemahannya. 2014. Jakarta: Departemen Agama RI.
- QS. Al-Maidah, *Tentang Perintah Memakan Makanan Yang Halal Dan Baik*. Al-Quran dan Terjemahannya. 2014. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit: C.V Andi Offset. Yogyakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.

Sernovitz. 2009. *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, A. Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Simamora, Bilson. 2008. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung.

Supranto, J. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Uma, Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1 dan 2. Jakarta: Salemba Empat.

Widyaningrum, Premi. 2016. *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Nomor 2, Desember 2016, hlm.83-98 Volume VI.

Sumber Internet :

<http://www.halalmui.org>

<http://daniarfirdauzy.wordpress.com/2016/12/01/analisa-strategik-pt-paragon-technology-and-innovation-wardah-cosmetics/>

www.paragon-innovation.com