

**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK WARDAH
PADA KONSUMEN SALON WELLA
DI SUNGAILIAT**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : Anita

NIM : 302 12 11 007

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**




**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

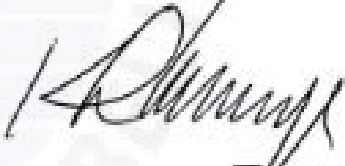
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anita
NIM : 302 12 11007
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah pada Salon Wella di Sungailiat”.

Pembimbing Utama


Dian Prihardini W, S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002

Pembimbing Pendamping


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 18 Agustus 2016
Ketua Jurusan Manajemen


Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001



PENGESAHAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL
PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK WARDAH
DI SALON WELLA
SUNGAILIAT

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Anita
Nomor Induk Mahasiswa : 3021211007


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 8 Agustus 2016 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

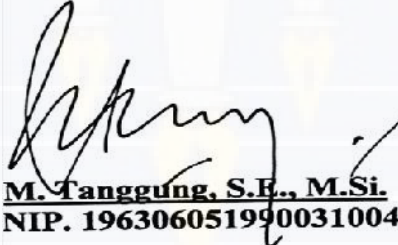
Tim Penguji :

Ketua

Anggota

Anggota


Dian Prihardini W, S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002


M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP. 196306051990031004


Hidayati, S.E., M.M
NP.506306010

Balun Ijuk, 18 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen


Maya Yasnita, S.E., M.Si.
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Wardah di Salon Wella Sungailiat”, diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuansaya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Sungailiat, 27 Juli 2016



6000
Anita

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Orang-orang optimis bukan berarti menjalani hidup tanpa kesulitan. Mereka tetap menghadapi masalah, tantangan, hambatan. Namun itu tidak menghalangi langkahnya justru itu sebagai kesempatan maka berusaha melakukan yang terbaik”.

“Wallahu yuhibbush-shoobiriin”.

Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang sabar

(QS:3:146)

Skripsi ini ku persembahkan untuk,

Yang Utama dan dari Segalanya....

Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemurahan rezeki serta selalu memberikan kemudahan disetiap kesulitan yang telah ku hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Orang yang sangat aku cintai dan aku sayangi (Ayahku Anwar dan Makku Almarhumah Siti Asri) yang telah bekerja keras membesarkan, memberikan kasih sayang yang luar biasa segala dukungan do'a dan keihlasan hati mereka yang tidak mungkin dapat terbalaskan dengan apapun merekalah penyemangatku.

Kakak (Sumiati, Aniar dan Sutiana), adikku (Ria Andani), nenek, teman dekatku Dicky sekaligus kakak laki-lakiku dan keluargaku(keponakanku) selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untukku untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

Teman-temanku MN 1, teman kosku (Diyah, Ayoul dan Nelly) dan teman KKN yang telah berjuang keras untuk menyelesaikan kuliah ini dengan tekad dan semangat yang kuat.

Semua pihak yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang memberikan do'a, bantuan dan semangat. Terima Kasih.

Almamater tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Anita. 302 12 11 007. 2016. The Effect of Halal Label, Brand image and Perception on the consumers' Loyalty on Wardah Product at Wella Salon Sungailiat Economics Faculty

The background of this research is based on the phenomenon that shows halal label, brand image and perception can influence the consumer's loyalty. The aim of this research is to know and to get review of halal label, brand image, and perception on the customers' loyalty on Wardah Product at Wella Salon Sungailiat. This is descriptive quantitative research with total of 234 respondents of Wella Salon Sungailiat.

This is descriptive quantitative research with total of 234 respondents of Wella Salon, while the sampling method uses accidental sampling. In this research, the independent variable of this study consists of halal brand, brand image, and perception while the dependent variable is consumers' loyalty. The test of instrument uses validity test and reliability test. The data analyzing method uses multiple linear regression analysis with the t test, F test and coefficient of determination.

The result test of the independent variable is obtained that X_1 $t_{value} (3,377) > T_{table}(1,9702)$, X_2 $t_{value} (8,684) > T_{table} (1,9702)$, and X_3 $t_{value} (11,076) > T_{table} (1,9702)$. Thus variable X_1 has partial effect on variable Y, variable X_2 has partial effect on variable Y, and variable X_3 also has partial effect on variable Y. The result of F test indicates that $F_{value} (59,795) > F_{table} (2,64)$, while significance is $0,000 < \alpha$ on significance level of 0,05, thus H_0 is rejected and H_a is accepted which means that simultaneously independent variable affecting dependent variable significantly. The coefficient of determination (R^2) is 0,438 or 43,8% which means that variable of customers' loyalty can be explained by variable of halal label, brand image and perception.

Keywords : Halal Label, Brand Image, Perception, Consumers' Loyalty

ABSTRAK

Anita. 302 12 11 007. 2016. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen Produk Wardah di Salon Wella Sungailiat”.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa label halal, citra merek, dan persepsi dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh label halal, citra merek dan persepsi terhadap loyalitas konsumen pada produk Wardah di Salon Wella Sungailiat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 234 responden yang merupakan responden Salon Wella, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebas terdiri dari label halal, citra merek dan persepsi sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji T, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian variabel X1 diperoleh $t_{hitung} (3,377) > T_{tabel} (1,9702)$, variabel X2 $t_{hitung} (8,684) > T_{tabel} (1,9702)$, X3 $t_{hitung} (11,076) > T_{tabel} (1,9702)$. Maka variabel X1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel X2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (59,795) > F_{tabel} (2,64)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* secara signifikan. Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 0,438 atau sebesar 43,8% yang berarti variabel label halal, citra merek dan persepsi.

Kata Kunci : Label Halal, Citra Merek, Persepsi, Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR

*Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang
Assalamu'alaikum Wr....Wb*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Wardah di Salon Wella Sungailiat”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Bangka Belitung.

Bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Ir. Muhammad Yusuf,M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati,S.E.,Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Bangka Belitung.
3. Bapak Khairiyansyah,S.E.,M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Bangka Belitung, selaku Dosen Pembimbing Akademik saya Kelas MN 1 Angkatan 2012 dan selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuhkesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaatsehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
5. Ibu Dian Prihardini Wibawa,S.E.M.M., selaku Dosen pembimbing I yang secara bijaksana meluangkan waktunya dan dengan penuhkesabaran

memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Bangka Belitung.
7. Nyonya Melawati selaku pemilik Salon Wella Sungailiat yang telah banyak membantu dan memberikan izin sebagai lokasi penelitian.
8. Semua pegawai Salon Wella di Sungailiat khususnya Putri yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi mengenai variabel yang diteliti.
9. Kedua orang tua Anwar selaku ayah yang telah berjuang menyekolahkan ku dengan keikhlasan hatinya dan Ibundaku Tercinta Almarhumah Siti Asri yang telah memberikan yang terbaik untukku selama ini serta menyayangiku, keluargaku yang telah memberikan dukungan yang terbaik untukku.
10. Semua pihak yang telah membantuku khususnya Ayuol, temanku Mn 1, teman kos dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT berkenan membalas budi kepada mereka yang telah memberikan bantuan dan petunjuk kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Balunujuk, 28 Juli 2016
Penulis,

Anita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1	Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	13
2.2.1	Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2	Label Halal.....	16
2.2.1	Pengertian Label.....	16
2.2.2	Pengertian Halal	17
2.2.3	Pengertian Label Halal	18
2.2.4	Manfaat Label Halal	18
2.2.5	Indikator Label Halal.....	19
2.3	Citra Merek	19
2.3.1	PengertianMerek.....	19
2.3.2	Fungsi Merek.....	21
2.3.3	Karateristik Merek.....	22
2.3.4	Manfaat Merek Bagi Produsen.....	22
2.3.5	Pengertian Citra Merek.....	23
2.3.6	Komponen Citra Merek.....	24
2.4	Persepsi	24
2.4.1	Pengertian Persepsi.....	24
2.4.2	Syarat-Syarat Terjadinya Persepsi.....	24
2.4.3	Proses Pemahaman Persepsi.....	25
2.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	26
2.5	Loyalitas Konsumen	26

2.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	26
2.5.2	Manfaat Loyalitas Konsumen.....	27
2.5.3	Konsep Loyalitas Konsumen.....	29
2.5.4	Karakteristik Loyalitas Konsumen	30
2.6	Penelitian Terdahulu	32
2.7	Kerangka Pemikiran.....	34
2.8	Hipotesis	40
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Pendekatan Penelitian	41
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sampel	42
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.4.1	Definis Operasional Variabel.....	43
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	46
3.5	Teknik Pengambilan Data.....	47
3.5.1	Jenis dan Sumber Data	47
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.6.2	Analisis Vertifikatif.....	51
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	52

3.6.4 Analisis Regresi Berganda	54
3.7.5 Pengujian Hipotesis	54
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian	57
4.1.1 Profil Singkat Salon Wella	57
4.1.2 Karakteristik Responden	58
4.2 Analisis Deskriptif	
4.2.1 Hasil Deskriptif Variabel	61
4.2.2 Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	84
4.3 Hasil Analisis Data	85
4.3.1 Uji Validitas.....	85
4.3.2 Uji Reliabilitas	86
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	90
4.3.5 Uji Hipotesis	93
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Karakteristik Responden	96
4.4.2 Gambaran Label Halal, Citra Merek, dan Persepsi dan Loyalitas Konsumen.....	97
4.4.3 Pengaruh Label Halal Terhadap Loyalitas Konsumen.....	100
4.4.4 Pengaruh Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen	101

4.4.5 Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	102
---	-----

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Advocasy, Loyalty, Satisfaction (ALS)	
Kosmetik Indonesia	4
Tabel I.2 Jumlah Konsumen Salon Wella.....	7
Tabel I.3 Data Prasurvey Terhadap 30 Konsumen	
Salon Wella di Sungailiat	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1 Definisi Operasional	45
Tabel III.2 Skor Skala Likert	47
Tabel III.3 Kategori Skala.....	50
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
Tabel IV.4 Hasil Penelitian Deskriptif Pengetahuan	62
Tabel IV.5 Hasil Penelitian Deskriptif Pengetahuan	62
Tabel IV.6 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan.....	63
Tabel IV.7 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan.....	64
Tabel IV.8 Hasil Penelitian Deskriptif Penilaian.....	65
Tabel IV.9 Hasil Penelitian Deskriptif Penilaian.....	65
Tabel IV.10 Rata-Rata Penilaian Konsumen Terhadap Label Halal	66
Tabel IV.11 Hasil Penelitian Deskriptif Atribut Produk.....	67
Tabel IV.12 Hasil Penelitian Deskriptif Atribut Produk.....	68

Tabel IV.13 Hasil Penelitian Deskriptif Keuntungan Konsumen.....	68
Tabel IV.14 Hasil Penelitian Deskriptif Keuntungan Konsumen.....	69
Tabel IV.15 Hasil Penelitian Deskriptif Kepribadian Merek.....	70
Tabel IV.16 Hasil Penelitian Deskriptif Kepribadian Merek.....	70
Tabel IV.17 Rata-Rata Penilaian Konsumen Terhadap Citra Merek.....	71
Tabel IV.18 Hasil Penelitian Deskriptif Pelaku Persepsi.....	72
Tabel IV.19 Hasil Penelitian Deskriptif Pelaku Persepsi.....	73
Tabel IV.20 Hasil Penelitian Deskriptif Target Persepsi	73
Tabel IV.21 Hasil Penelitian Deskriptif Target Persepsi	74
Tabel IV.22 Hasil Penelitian Deskriptif Situasi.....	75
Tabel IV.23 Hasil Penelitian Deskriptif Situasi	76
Tabel IV.24 Rata-Rata Penilaian Konsumen Terhadap Persepsi.....	76
Tabel IV.25 Hasil Penelitian Deskriptif Pembelian Teratur	78
Tabel IV.26 Hasil Penelitian Deskriptif Pembelian Teratur	78
Tabel IV.27 Hasil Penelitian Deskriptif Diluar Lini Produk	79
Tabel IV.28 Hasil Penelitian Deskriptif Diluar Lini Produk	80
Tabel IV.29 Hasil Penelitian Deskriptif	
Merekomendasikan Produk Keorang lain	81
Tabel IV.30 Hasil Penelitian Deskriptif	
Merekomendasikan Produk Keorang lain	81
Tabel IV.31 Hasil Penelitian Deskriptif Kekebalan	
Terhadap Produk Pesaing	82

Tabel IV.32 Hasil Penelitian Deskriptif Kekebalan Terhadap Produk Pesaing	83
Tabel IV.32 Rata-Rata Penilaian Konsumen Terhadap Label Halal	83
Tabel IV.33 Hasil Uji Validitas	84
Tabel IV.33 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel IV.34 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel IV.35 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel IV.36 Hasil Uji T	93
Tabel IV.37 Hasil Uji F.....	95
Tabel IV.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Kemenangan Wardah di Urutan Kedua dalam Kategori Produk Muka.....	5
Gambar I.1 Data Kemenangan Wardah di Urutan Pertama dalam Kategori Lipstik	6
Gambar II.1 Kerangka Berfikir	35
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Gambar IV.4 Hasil Uji Normalitas	87
Gambar IV.5 Hasil Uji Normalitas.....	88
Gambar IV.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Regresi Berganda Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi

Lampiran 8 Surat Keterangan Riset

Lampiran 9 Surat Keterangan UPT Riset Bahasa

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 Hasil Survei dan Penyebaran Kuesioner