

**MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI  
KONSUMEN: ANALISIS LABELISASI HALAL DAN  
KUALITAS PRODUK  
(Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Ayu Paramita**

**201810325336**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Model Keputusan Pembelian Melalui Minat  
Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal  
Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada  
Konsumen Wardah Di Bekasi)

Nama : Ayu Paramita

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325336

Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM  
NIDN 0012016601

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Model Keputusan Pembelian Melalui Minat  
Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal Dan  
Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen  
Wardah Di Bekasi)

Nama Mahasiswa : Ayu Paramita

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325336

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Skripsi

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari,  
: S.E., M.M., MBA

NIDN 0309048102

Penguji I : Franciscus Dwikotjo Sri  
Sumantyo, ST., MM

NIDN 0329017202

Penguji II : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali,  
MM., CMA., MPM

NIDN 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN 0329048302

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Bekasi) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Ayu Paramita

201810325336

## ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengukur model keputusan pembelian melalui minat beli konsumen: analisis labelisasi halal dan kualitas produk pada tahun 2022 di daerah Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi produk Wardah. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *sampling aksidental*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 204 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) dengan menggunakan teknik analisis *structural equation model* (SEM) dengan alat bantu aplikasi SmartPLS versi 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. ; 2) Labelisasi Halal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. ; 3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. ; 4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. ; 5) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. ; 6) Minat Beli terbukti memediasi Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. ; 7) Minat Beli terbukti memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian.*



## ABSTRACT

This study is used to measure the buying decision model through consumer buying interest: analysis of halal labeling and product quality in 2022 in the Bekasi area. This research is a quantitative research where the object used is a consumer who has consumed Wardah products. This research was conducted by using *accidental sampling technique*. The number of samples used in this study were 204 respondents. The design used in this study is *hypothesis testing using structural equation model* (SEM) analysis techniques with SmartPLS version 3.0 application tools.

Based on the results of this study, it is explained that 1) Halal labeling has a positive and significant effect on Buying Interest. ; 2) Halal labeling has no effect and is not significant on purchasing decisions. ; 3) Product quality has a positive and significant effect on Purchase Intention. ; 4) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. ; 5) Buying Interest has a positive and significant effect on Purchase Decisions. ; 6) Buying Interest is proven to mediate Halal Labeling on Purchase Decisions. ; 7) Buying Interest is proven to mediate Product Quality on Purchase Decisions.

Keywords: *Halal Labeling, Product Quality, Purchase Intention, Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi)” dimana skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana S1 dalam Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis mengakui dan menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis miliki sehingga penulis memohon untuk kritik dan saran yang bersifat membangun dan menjadi pembelajaran bagi penulis. Dan tidak lepas penulis mendapatkan kesempatan dan dukungan dari banyak pihak serta nasihat-nasihat yang baik bagi penulis.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, izinkan penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Polisi (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rohana Sianipar Herutomo, SH, MBA. selaku dosen akademik saya dari semester 1 sampai 7 dan Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM. selaku dosen akademik saya pada semester akhir.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, ilmu, bimbingan serta doa dan waktunya dalam proses penulisan skripsi.
6. Kepada seluruh dosen dan staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak dukungan dan nasihat serta ilmu pengetahuan

yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa pendidikan di kampus tercinta.

7. Kepada kedua orang tua saya dan adik saya Sherly yang senantiasa selalu mendoakan, menemani, memberikan semangat sehingga penulis ini dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman saya semuanya yang telah berjuang bersama yang selalu memberikan semangat, motivasi dan menghibur sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner untuk pengumpulan data. Dan pihak yang terlibat baik langsung ataupun tidak langsung dimana peneliti tidak dapat menyebutkan nama seluruhnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan memohon maaf tidak bisa menyebutkan satu per satu. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini semoga kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT Aamiin.

Jakarta, 24 Juni 2021

Penulis,

Ayu Paramita



## DAFTAR ISI

### Table of Content

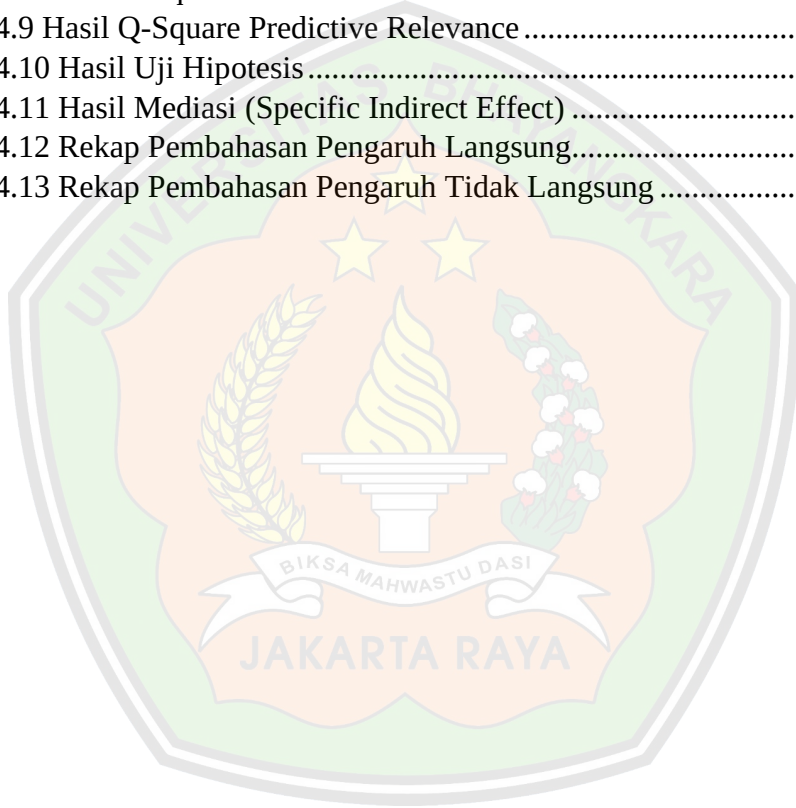
|                                                |             |
|------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>     | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                 | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                          | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                     | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                       | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                 | 6           |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                      | 6           |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                     | 6           |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                    | 7           |
| 1.6 Batasan Masalah.....                       | 7           |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....                 | 8           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>             | <b>9</b>    |
| 2.1 Keputusan Pembelian .....                  | 9           |
| 2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....     | 9           |
| 2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....       | 10          |
| 2.1.3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen..... | 10          |
| 2.1.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....         | 11          |
| 2.1.5 Komponen Keputusan Pembelian.....        | 12          |
| 2.2 Minat Beli Konsumen .....                  | 13          |
| 2.2.1 Pengertian Minat Beli .....              | 13          |
| 2.2.2 Indikator Minat Beli.....                | 14          |
| 2.2.3 Tahapan Minat Beli .....                 | 15          |
| 2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli..... | 16          |
| 2.3 Labelisasi Halal .....                     | 18          |

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1 Pengertian Labelisasi .....                                                  | 18        |
| 2.3.2 Indikator Labelisasi Halal .....                                             | 19        |
| 2.3.3 Pengertian Label Halal .....                                                 | 19        |
| 2.3.4 Fungsi dan Tujuan Label .....                                                | 20        |
| 2.3.5 Jenis jenis Label .....                                                      | 20        |
| 2.4 Kualitas Produk .....                                                          | 21        |
| 2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....                                             | 21        |
| 2.4.2 Dimensi Kualitas Produk .....                                                | 22        |
| 2.4.3 Indikator Kualitas Produk .....                                              | 23        |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                                     | 23        |
| 2.6 Pengaruh antar Variabel .....                                                  | 27        |
| 2.7 Kerangka Pemikiran .....                                                       | 31        |
| 2.8 Hipotesis Penelitian .....                                                     | 32        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                             | <b>33</b> |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                                        | 33        |
| 3.2 Tahapan Penelitian .....                                                       | 33        |
| 3.3 Model Konseptual Penelitian .....                                              | 34        |
| 3.4 Tempat dan Waktu Penelitian .....                                              | 35        |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....                                 | 35        |
| 3.6 Populasi dan Sampel .....                                                      | 36        |
| 3.6.1 Populasi .....                                                               | 36        |
| 3.6.2 Sampel .....                                                                 | 37        |
| 3.7 Metode Pengumpulan Data .....                                                  | 38        |
| 3.7.1 Jenis Data .....                                                             | 38        |
| 3.7.2 Teknik Pengumpulan Data .....                                                | 38        |
| 3.7.3 Skala Pengukuran .....                                                       | 39        |
| 3.8 Metode Analisis .....                                                          | 39        |
| 3.8.1 Teknis Analisis Data SEM PLS .....                                           | 39        |
| 3.8.2 Uji Model Pengukuran atau Outer Model .....                                  | 40        |
| 3.8.3 Uji Model Pengukuran atau Inner Model .....                                  | 40        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                           | <b>43</b> |
| 4.1 Gambaran Umum .....                                                            | 43        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT Paragon Technology and Innovation (Wardah Cosmetic) ..... | 43        |

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....                                                   | 44        |
| 4.1.3 Lokasi Perusahaan .....                                                          | 45        |
| 4.2 Deskripsi Data .....                                                               | 45        |
| 4.2.1 Logo Perusahaan Wardah .....                                                     | 46        |
| 4.2.2 Identitas Responden .....                                                        | 46        |
| 4.3 Hasil Analisis Data .....                                                          | 47        |
| 4.3.1 Skema Model Partial Least Square .....                                           | 47        |
| 4.3.2 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....                           | 48        |
| 4.3.3 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                          | 55        |
| 4.3.4 Pengujian Hipotesis .....                                                        | 60        |
| 4.4 Pembahasan .....                                                                   | 63        |
| 1) Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli .....                                 | 63        |
| 2) Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....                         | 64        |
| 3) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....                                  | 65        |
| 4) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....                          | 66        |
| 5) Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....                              | 67        |
| 6) Pengaruh Minat Beli Memediasi Labelisasi Halal Terhadap Keputusan<br>Pembelian..... | 68        |
| 7) Pengaruh Minat Beli Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....  | 70        |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>                                                          | <b>74</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                    | 74        |
| 5.2 Saran.....                                                                         | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                            | <b>76</b> |
| IDENTITAS RESPONDEN.....                                                               | 94        |
| PETUNJUK PENGISIAN & ELEMEN PENILAIAN .....                                            | 95        |

## DAFTAR TABEL

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                        | 23 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....              | 36 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                | 39 |
| Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan Usia .....              | 46 |
| Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....          | 47 |
| Tabel 4.3 Hasil Outer Model (Loading Factor) .....          | 48 |
| Tabel 4.4 Hasil Outer Loading Tahap 2.....                  | 51 |
| Tabel 4.5 Hasil Average Variance Extracted (AVE) .....      | 52 |
| Tabel 4.6 Hasil Cross Loading.....                          | 53 |
| Tabel 4.7 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha..... | 54 |
| Tabel 4.8 Hasil R-Square .....                              | 56 |
| Tabel 4.9 Hasil Q-Square Predictive Relevance .....         | 57 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis .....                        | 58 |
| Tabel 4.11 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effect) .....   | 59 |
| Tabel 4.12 Rekap Pembahasan Pengaruh Langsung.....          | 72 |
| Tabel 4.13 Rekap Pembahasan Pengaruh Tidak Langsung .....   | 72 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Market Share Perusahaan Kosmetik 2012-2016 ..... | 2  |
| Gambar 1.2 Total Penjualan Wardah .....                     | 3  |
| Gambar 1.3 Grafik Hasil Pra Survey .....                    | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....                         | 31 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual .....                           | 34 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan Wardah .....                     | 46 |
| Gambar 4.2 Outer Model .....                                | 48 |
| Gambar 4.3 Inner Model .....                                | 55 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                    |
|-------------|------------------------------------|
| Lampiran 1  | Lembar Persetujuan Pembimbing      |
| Lampiran 2  | Lembar Pengesahan                  |
| Lampiran 3  | Lembar Pernyataan                  |
| Lampiran 4  | Uji Plagiarisme Skripsi            |
| Lampiran 5  | Uji Referensi Skripsi              |
| Lampiran 6  | Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi |
| Lampiran 7  | Kuesioner Google Form              |
| Lampiran 8  | Tabulasi Data Responden            |
| Lampiran 9  | Hasil Uji SmartPLS                 |
| Lampiran 10 | Daftar Riwayat Hidup               |

