

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi kasus pada kosmetik wardah dikota Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

NURUL VIVIT HAPSARI

B100140400

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA SURAKARTA)

Yang ditulis dan disusun oleh:

NURUL VIVIT HAPSARI

B 100 140 400

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 22 Januari 2018

Pembimbing Utama

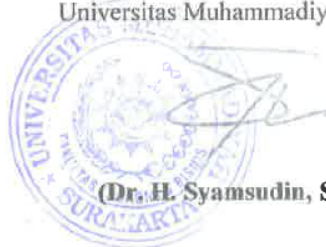


(Soepatini, SE, M.Si, Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417
Surakarta- 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NURUL VIVIT HAPSARI**

NIRM : **B 100 140 400**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,

NURUL VIVIT HAPSARI

MOTTO

(Q. S. Al.Isra' 17 : 7)

“Jika kamu berbuat baik, berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka kerugian kejahatan itu untuk dirimu sendiri.”

(Q.S. Al Insyirah 94 : 5)

“ Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Asy-Syarah 94 : 8)

“Dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

PERSEMBAHAN

Seraya memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta ibu dan bapak yang telah memberikan kasih sayang yang tiada terhingga dan selalu mendoakan dalam segala hal.
2. Kakak dan adikku tercinta mas fery, dek dyah dan seluruh keluarga yang selalu memberikan bantuan dan selalu memberikan semangat.
3. Sahabatku Shinta, Rosita, Fita, Cahyawati, Devina, Vina yang selalu memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesah dalam segala hal, terimakasih telah menjadi sahabat terbaik.
4. Teman-teman dari awal kuliah sampai sekarang yang selalu membantu dan memberikan semangat Galih, Vito, Gibran, Wahyu, Fityan, Robby, Arif, Bagus dan masih banyak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
5. Teman-teman Wamsinomi terlebih untuk Yulinar, Milan, Deyla, Erla, Yoga, Ilham Zack, Nizar dan Novan yang selalu memberikan dukungan, memberi arti kebersamaan, kerja tim dan pengalaman lain dalam organisasi.
6. Terimakasih untuk semua teman-teman kerja di Skyline Organizer yang mengajarkan kerja tim, pegalaman yang sangat luar biasa dan selalu memberikan support.

ABSTRAKS

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai *variabel intervening* (studi empiris produk kosmetik wardah di kota Surakarta). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik pengambilan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert. Penelitian ini menggunakan 100 responden di kota Surakarta dengan teknik pengambilan sample dengan metode *purposive sampling* dengan kualifikasi konsumen berhijab dan tidak berhijab. Metode analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda dengan uji t dan analisis sobel ditunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas tidak signifikan untuk variabel label halal, citra merek dan signifikan untuk variabel kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya melalui uji analisis sobel ditunjukkan bahwa variabel label halal dan citra merek tidak mampu untuk memediasi untuk konsumen yang berhijab, citra merek untuk yang tidak berhijab tidak mampu untuk memediasi dan kualitas produk mampu memediasi konsumen berhijab maupun tidak berhijab

Kata kunci : Label halal, Citra merek, Kualitas produk, Kepuasan konsumen, Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of halal label variable, brand image and product quality to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable (empirical study of wardah cosmetic product in Surakarta city). The type of this research is quantitative research using data retrieval technique through questionnaire with likert scale. This study uses 100 respondents in the city of Surakarta with sampling technique with purposive sampling method with qualified consumer using hijab and not using hijab. Data analysis method used is multiple linear regression analysis with t test and sobel analysis indicated that each independent variable is not significant for halal label variable, brand image and significant for product quality variable, and customer satisfaction to customer loyalty. Furthermore, through the test of the analysis of the show that the halal label and the brand image is not able to mediate for consumers who using hijab, brand image for the unadowed not able to mediate and the quality of the product is able to mediate consumers using hijab and not using hijab.

Keywords: Halal label, Brand image, Product quality, Customer satisfaction, Customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum. wr. Wb

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam yang tercurahkan kepada junjungan nabi besar nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE. M.Si, Ph.D selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Soepatini, SE. M.Si, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang telah memberikan ilmu kepada mahasiswa.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang slalu memberikan dukungan spiritual maupun materi, nasehat dan tidak bosan untuk selalu mendoakan.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untu itu saran dan kritik yang membangun sangat berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin.

Surakarta, 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERYATAAN KEASLIAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	34
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel	39
3.4 Data Dan Sumber Data	41
3.5 Metode Analisis Data	42

3.6 Uji Instrument Data	42
3.7 Uji Asumsi Klasik	43
3.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	44
3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Sejarah Singkat	49
4.2 Karakteristik Responden	52
4.3 Respon Responden terhadap Variabel.....	57
4.4 Analisis Data	62
4.5 Uji Regresi Linier berganda	69
4.6 Uji Intervening (Mediasi)	83
4.7 Hasil	91
4.8 Pembahasan	96
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Produk	56
Tabel 4.6 Respon Responden Terhadap Label Halal	57
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Citra Merek	58
Tabel 4.8 Respon Responden Terhadap Kualitas Produk	59
Tabel 4.9 Respon Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	60
Tabel 4.10 Respon Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	61
Tabel 4.11 Uji Validitas	62
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.13 Uji Normalitas Konsumen Berhijab	64
Tabel 4.14 Uji Normalitas Konsumen Tidak Berhijab	65
Tabel 4.15 Uji Multikolineritas Persamaan I Konsumen Berhijab	66
Tabel 4.16 Uji Multikolineritas Persamaan I Konsumen Tidak Berhijab	66
Tabel 4.17 Uji Multikolineritas Persamaan II Konsumen Berhijab	67
Tabel 4.18 Uji Multikolineritas Persamaan II Konsumen Tidak Berhijab.....	68
Tabel 4.19 Uji Regresi Persamaan I Konsumen Berhijab.....	69
Tabel 4.20 Uji Regresi Persamaan I Konsumen Tidak Berhijab	70

Tabel 4.21 Uji Regresi Persamaan II Konsumen Berhijab	72
Tabel 4.22 Uji Regresi Persamaan II Konsumen Tidak Berhijab	74
Tabel 4.23 Kualifikas Berhijab dan Tidak Berhijab Persamaan I.....	76
Tabel 4.24 Independent Sample t Test Persamaan I	76
Tabel 4.25 Kualifikasi Berhijab dan Tidak Berhijab Persamaan II	77
Tabel 4.26 Independent Sample t Test Persamaan II	77
Tabel 4.27 Uji t Konsumen Berhijab.....	78
Tabel 4.28 Uji t Konsumen Tidak Berhijab	79
Tabel 4.29 Uji F Konsumen Berhijab	80
Tabel 4.30 Uji F Konsumen Tidak Berhijab	81
Tabel 4.31 Uji Determinasi R Square Konsumen Berhijab	82
Tabel 4.32 Uji Dererminasi R Square Konsumen Tidak Berhijab.....	83
Tabel 4.33 Uji Analisis Sobel Konsumen Berhijab	84
Tabel 4.34 Uji Analisis Sobel Konsumen Tidak Berhijab	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
--	----