

**ANALISIS PENGARUH *SOSIAL MEDIA INFLUENCER*, LABEL HALAL,
DAN CITRA MEREK TERHADAP MNA PMAN UAN KONSUMEN
DI KOTA SURAKARTA
(Studi Kasus Produk Wardah Kosmetik Di Kota Surakarta)**



**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun oleh:
SAFAATUN NURJANAH
B 100160337**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *SOSIAL MEDIA INFLUENCER*, LABEL HALAL, DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA
PRODUK WARDAH KOSMETIK DI KOTA SURAKARTA
(STUDI PADA PRODUK WARDAH KOSMETIK DI KOTA SURAKARTA)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

SAFAATUN NURJANAH

B 100 160 337

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 02 Mei 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D

(Ketua Dewan Penguji)

2. Lukman Hakim, S.E., M.Si.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Syamsudin, M.M.

NDN: 017025701

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *MEDIA SOSIAL MEDIA INFLUENCER*, LABEL HALAL
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULAN KONSUMEN
PADA PRODUK WARDAH KOSMETIK DI KOTA SURAKARTA.
(STUDI PADA PRODUK WARDAH KOSMETIK DI KOTA SURAKARTA)**

Yang ditulis oleh :

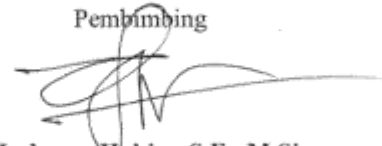
Nama : Safaatun Nurjanah

Nim : B 100160337

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 15 Juni 2020

Pembimbing



Lukman Hakim, S.E., M.Si

NIK : 713

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Syamsudin, M.M.

NIDN: 017025701

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al – Insyirah ayat 5-8)

*“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu,
Allah SWT akan memudahkan baginya jalan ke surga”*

(HR. Muslim)

“Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan akhirat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu”

(HR. Turmudzi)

“Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alenia, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orang tua, calon suami dan calon mertua pun bahagia”

(Anonim)

“Belajarlal dari masalalu, hiduplah dimasa sekarang, dan rangkailah masa depan”

(Anonim)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417
Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SAFAATUN NURJANAH**

NIM : **B100160337**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *SOSIAL MEDIA***

***INFLUENCER*, LABEL HALAL DAN CITRA MEREK TERHADAP
PEMBELIAN ULANG KONSUMEN DI KOTA SURAKARTA (STUDI
KASUS PADA PRODUK WARDAH KOSMETIK)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang 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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, April 2020
Yang membuat pernyataan,

SAFAATUN NURJANAH

PERSEMBAHAN

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, teriring syukur yang tiada henti kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, Sang pemilik alam semesta yang telah menganugerahkan hidup dan kehidupan bagi makhluk-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua Bapak Hartoyo dan Ibu Sulasih yang telah melimpahkan do'a, cinta, kasih sayang, dan pengorbanannya tanpa batas.
4. Kedua adik penulis M.Choirul Umam dan Ida Sa'idah Azmi, serta keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan serta semangat yang sangat berarti untuk penulis.
5. Dosen pembimbing skripsi, Bapak Lukman Hakim S.E., M.M. yang telah sabar memberikan bimbingan selama mengerjakan skripsi.
6. Teman seperjuangan dan Teman-teman manajemen kelas I yang sudah belajar bersama setelah empat tahun bersama penulis.
7. Almamater penulis, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sosial Media Influencer*, Label Halal, dan Citra Merek, terhadap Niat Beli Konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengolahan data menggunakan bantuan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah para wanita yang menggunakan produk wardah dan juga telah melakukan pembelian produk lebih dari satu kali di Kota Surakarta. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media influencer, label halal dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Kata Kunci: *Sosial Media Influencer*, Label Halal, Citra Merek Dan Niat Beli Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of *Social Media Influencers*, Halal Labels, and Brand Image, on Consumer Purchase Intention. This type of research is quantitative research. Data processing using SPSS assistance. The population in this study are women who use wardah products and have also made more than one product purchase in the city of Surakarta. While the sampling technique using purposive sampling technique using 100 respondents. The results of this study indicate that influencer social media, halal labels and brand image have a positive and significant effect on consumer purchase intentions.

Keywords: *Social Media Influencers*, Halal Labels, Brand Image and Consumer Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan segala karunia-Nya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **ANALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA INFLUENCER, CITRA MEREK, DAN LABEL HALAL, TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK WARDAH KOSMETIK DI KOTA SURAKARTA** dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari semua pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronuddin, S.E., M.Si. Ph.D., selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Lukman Hakim S.E.,M.M., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan, motivasi, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu serta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan memberi bantuan yang tidak terhingga kepada penulis.
7. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang telah memberikan bantuan dan dukungan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi pihak yang membutuhkan. *Aamiin yaa Rabbal 'alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 02 Mei 2020

Penulis

Safaatun Nurjanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Profil Wardah Kosmetik.....	7
2. Sosial Media Influencer.....	8
3. Label Halal.....	8

4. Citra merek.....	9
5. Niat Beli Konsumen	10
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
C. Hipotesis	12
D. Kerangka pemikiran.	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
A. Jenis Penelitian.....	15
B. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	15
C. Data dan Sumber Data.....	17
D. Metode Pengumpulan Data.	17
E. Populasi dan Sampel.	18
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
A. Diskripsi Responden	29
B. Uji Instrumen	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	36
C. Uji Asumsi Klasik	37
1. Uji Normalitas.....	37
2. Uji Multikolinieritas	38
3. Uji Heteroskedastisitas	39
D. Uji Analisis Data.....	39
1. Analisis Regresi Linier Berganda	40
2. Uji t.....	41

3. Uji F	45
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	45
E. Pembahasan	46
1. Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	46
2. Pengaruh Produk Berlabel Halal Terhadap Niat Beli Konsumen	47
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Konsumen...	49
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Pembelian Produk Wardah Kosmetik baik Onlineshop maupun ke toko kosmetik	30
Tabel 4.2	Diskripsi penggunaan lebih dari satu varian produk kosmetik	30
Tabel 4.3	Deskripsi Pembelian Produk Lebih Dari Satu Kali.....	31
Tabel 4.4	Deskripsi umur	31
Tabel 4.5	Deskripsi Jenis Kelamin	32
Tabel 4.6	Deskripsi Pekerjaan.....	32
Tabel 4.7	Deskripsi Pengeluaran	33
Tabel 4.8	Deskripsi Tempat Tinggal atau Kos	33
Tabel 4.9	Hasil Analisis Social Media Influencer (X_1)	34
Tabel 4.10	Hasil Analisis Produk Label Halal (X_2)	35
Tabel 4.11	Hasil Analisis Citra Merek (X_3).....	35
Tabel 4.12	Hasil Analisis Niat Beli (Y).....	36
Tabel 4.13	Hasil Analisis Reliabilitas.....	37
Tabel 4.14	Hasil Normalitas.....	38
Tabel 4.15	Hasil Multikolnieritas	38
Tabel 4.16	Hasil Heteroskedastisitas	39
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi	40
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	41
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	45