

**PENGARUH BRAND IMAGE, HALAL AWARENESS DAN HALAL
CERTIFICATION TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
KECANTIKAN MAKE OVER**

(SURVEY PADA KONSUMEN PRODUK MAKE OVER DI MOJOSARI)

SKRIPSI

**DI AJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYRATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA (S1)**



SITI JAMILATUL KARIMAH

2017.69.10.0048

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2021

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPA MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :

HARI : *SABTU*
TANGGAL : *28 AGUSTUS 2021*
JAM : *10.30 WIB.*
JUDUL : Pengaruh Brand Image, Halal Awareness dan Halal Certification
Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Make over

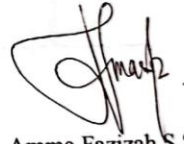
DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI



Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

KETUA PENGUJI



Amma Fazizah, S.Sos., M.AB

ANGGOTA PENGUJI

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP. Y.069.11.03.037

CURRICULUM VITAE

Nama : SITI JAMILATUL KARIMAH

NIM : 201769100048

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 12 Desember 1999

Email :

No.hp : 083847163108

Pendidikan : SDN Wonorejo 1(2011)

Mts Al – Hidayah wonorejo (2014)

SMK Al – Hidayah wonorejo (2017)

Universitas Yudharta Pasuruan (2021)

Publikasi / Karya Ilmiah :



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI JAMILATUL KARIMAH
Nim : 201769100048
Fakultas : Ilmu sosil dan Politik
Program studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan atau dapat di buktikan skripsi ini jiplakan, maka saya bersedia menerima saksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan ,

Yang membuat pernyataan,



Siti Jamilatul Karimah

MOTTO

“Majulah Jalan Hidupmu Masih Panjang”

**Ada Perjuangan Yang Harus Di Selesaikan Dan Ada
Mimpi**

“Yang Harus Di Wujudkan”

ABSTRAK

Siti Jamilatul Karimah 2021. **Pengaruh Brand Image, Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Make Over Survey Pada Konsumen Produk Make Over Di Mojosari.** Skripsi. Program studi Administrasi bisnis, Fakultas FISIP, Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen pembimbing M. Sulhan, S.Sos, M.AB

Kata Kunci: Pengaruh Brand Image, Halal Awareness Dan Halal Certification

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Image, Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Make Over Survey Pada Konsumen Produk Make Over Di Mojosari.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dari konsumen kosmetik make over yang menjadi pengguna kosmetik. Teknik pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan kuesioner.

Berdasarkan olah data penelitian didapatkan hasil untuk setiap variabel secara parsial dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 17%, dimana brand Image (X1) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,645 < 0,170$, dan halal Awareness (X2) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,702 < 0,170$, dan halal certification (X3) dengan signifikansi sebesar $0,635 < 0,170$ maka telah memenuhi syarat untuk menjadi variabel pendukung terhadap minat beli. Artinya ketiga variabel yang diteliti ada pengaruh terhadap minat beli pengguna kosmetik Make Over. Selanjutnya, dengan menggunakan uji f didapatkan hasil bahwa semua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan, dimana $14.903 < 0,000$. Dan terakhir hasil perhitungan koefesien determinasi menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dependen yaitu yaitu brand image (X1)

halal awareness (X2), halal certification (X3), dapat menjelaskan variabel minat beli (Y) sebesar 8,6%, sisanya 99,914% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan proposal skripsi yang berjudul “*Pengaruh Brand Image, Halal Awareness dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Pada Produk Kecantikan Make over*”. Laporan hasil penelitian ini kami susun untuk memenuhi salah satu prasyarat kelulusan jenjang Strata Satu (S1). Penyusunan laporan ini melibatkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan, do’a, dan bimbingannya maka penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. K.H. Muhamad Soleh Bahrudin selaku Pembina Yayasan Darut Taqwa
3. Dr. H. Kholid Murtadlo, S.E, M.E. selaku Rektor Universitas Yudharta
4. Ibu Any Urwatul Wusko, S. Sos., M.AB. selaku Dekan FISIP
5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis
6. Bapak Sulhan S.Sos., M.AB selaku pembimbing skripsi saya
7. Toko Subur
8. Orang tua dan Mertua selalu mendoakan dan memberikan semangat.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.
10. Heriyanto sebagai suami yang selalu member support.
11. Khususnya Dwi rosyiqoh, Ajeng, Azizah, Dwi Ayu Angraeni terima kasih sudah meminjamkan laptop dan supportnya

Semoga laporan ini dapat bermanfaat sebagai referensi pemikiran bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terutama para teman mahasiswa dan terlebih lagi bagi penyusun sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyelesaian laporan ini, terdapat banyak kekurangan dan kesalahan.

Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca agar dapat menjadi perbaikan untuk laporan selanjutnya. Akhir kata saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Pasuruan, 5 juli 2021

Penulis,

Siti Jamilatul Karimah

2017.69.10.0048

DAFTAR ISI

Sampul Depan.....	ii
Sampul Dalam.....	iii
Persetujuan.....	iv
Pengesahan.....	v
MOTTO.....	vi
Abstrak.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	X
Daftar Gambar.....	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Peneliti.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian teoritik...	9
2.1.1 Perilaku konsumen.....	9
2.1.2 Brand Image	14
2.1.3 Halal awareness... ..	16
2.1.4 Halal Certification	20
2.1.5 Minat Beli	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Hubungan Atar Variabel.....	33
2.3.1 Brand Image Terhadap Minat Beli	33
2.3.2 Halal Awareness Terhadap Minat Beli.....	33
2.3.3 Halal Certification Terhadap Minat Beli	34
2.4 Hipotesis	35

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian... ..	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Populasi Dan Sampel... ..	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Defisi Operasional Variable.....	49
3.6 Teknik Analisa Data	54

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data... ..	59
--------------------------	----

4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan...	59
4.1.2	Profil Responden...	60
4.1.3	Analisis Deskriptif...	62
4.1.4	Uji Asumsi Klasik...	72
4.1.5	Uji Validasi...	72
4.1.6	Uji Normalitas...	75
4.1.7	Uji Heteroskedastisitas...	77
4.1.8	Uji Multikolinieritas...	78
4.1.9	Analisis Linier Berganda...	79
4.1.10	Uji Koefisien Determinasi...	80
4.1.11	Uji F...	81
4.1.12	Uji T (Hipotesis)...	81
4.2	Pembahasan Hasil Analisis Data...	83
4.2.1	Pembahasan Analisis Deskriptif...	83
4.2.2	Pengaruh Brand Image Terhadap Minat beli...	86
4.2.3	Pengaruh Halal Awareness Terhadap Minat beli...	87
4.2.4	Pengaruh Halal Certification Terhadap Minat beli...	88
4.2.5	Pengaruh brand image, Halal Awareness, Halal Certification terhadap minat Beli...	89
4.2.6	Pembahasan secara keseluruhan...	90
4.2.7	Temuan Penelitian...	93

BAB V : KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	95
Daftar pustaka.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas... ..	76
Gambar 4.1 Hasil Uji heteroskedasitas... ..	77

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Daftar Pengguna Kosmetik...	2
Table 1.2 Top Brand Kosmetik...	4
Table 1.3 Daftar Brand Kosmetik Yang Bersertifikasi Halal...	10
Table 2.1 Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang...	35
Table 3.1 Distribusi Skor Jawaban Koesioner	45
Table 3.2 Variable Dan Pengukuran Brand Image	50
Tabel 3.3 Variable Dan Pengukuran Hala Awareness.	51
Tabel 3.4 Variable Dan Pengukuran Hala Certification... ..	52
Table 3.4 Variable Dan Pengukuran Minat Beli	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Usia	60
Tabel 4.3 Pelajar	61
Tabel 4.4 Penghasilan... ..	61
Tabel 4.5 Status... ..	62
Tabel 4.6 Nilai Skor... ..	63
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Pada Brand Image X1.1.	63
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Pada Brand Image X1.2.....	64
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Pada Brand Image X1.3.....	64
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Pada Brand Image X1.4.	65
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Awareness X2.1	66
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Awareness X2.2... ..	66
Tabel 4.13 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Awareness X2.3... ..	67
Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Awareness X2.4... ..	67
Tabel 4.15 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Certification X3.1	68
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Certification X3.2... ..	68
Tabel 4.17 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Certification X3.3... ..	69

Tabel 4.18 Deskripsi Jawaban Responden Pada Halal Certification X3.4...	69
Tabel 4.19 Deskripsi Jawaban Responden Pada Minat beli Y1	70
Tabel 4.20 Deskripsi Jawaban Responden Pada Minat beli Y2	70
Tabel 4.21 Deskripsi Jawaban Responden Pada Minat beli Y3	71
Tabel 4.22 Deskripsi Jawaban Responden Pada Minat beli Y4	71
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.24 Hasil Uji Reabilitas Brand Image	73
Tabel 4.25 Hasil Uji Reabilitas Halal Awareness	74
Tabel 4.26 Hasil Uji Reabilitas Halal Certification	74
Tabel 4.27 Hasil Uji Reabilitas Minat Beli	75
Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinierelitas	78
Tabel 4.30 Hasil Uji Linier Berganda	79
Tabel 4.31 Hasil Uji Koefesien Determinasi	80
Tabel 4.32 Hasil Uji F	81
Tabel 4.33 Hasil Uji T (Hipotesis X1)	82
Tabel 4.34 Hasil Uji T (Hipotesis X2)	82
Tabel 4.35 Hasil Uji T (Hipotesis X1)	82

