

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN ATRIBUT PRODUK DENGAN
LABEL HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

*EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PROMOTION, AND ATTRIBUTES PRODUCT
WITH HALAL LABELS AS MODERATED VARIABLE TO THE DECISION OF THE
PURCHASE ON WARDAH COSMETIC PRODUCTS
IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

FAJRINA SAFIRAH WILDAN PUTRI

20160410162

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

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fajrina Safirah Wildan Putri

NIM : 20160410162

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN ATRIBUT PRODUK DENGAN LABEL HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan di terbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 31 Desember 2019



Fajrina Safirah Wildan Putri

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah: 153)

“Tidak usah takut gagal, bekerjalah semaksimal mungkin dan percaalah bahwa semua jerih payah kita akan diperhitungkan oleh tuhan”

-Merry Riana-

“Sholatlah agar hatimu tenang, Istigfarlah agar kecewamu hilang, dan berdoalah agar bahagiamu segera datang”

-Penulis-

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugrah yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE). Dengan ridho Allah SWT maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis yaitu, Ayahanda Dodo Suparjiyoto, Ibunda Wiwik Dwi Lestari dan kakak penulis Fathan Mafazi Wildan Putra. Penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih sebanyak-banyaknya atas segala doa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan sehingga semua ini dapat tercapai.
2. Indah Nuha Wahyuni, kakak ipar yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan motivasi agar penulis selalu bersemangat. Terimakasih untuk perhatian dan waktunya yang selalu ada untuk penulis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRAK</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktik.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Persepsi Harga.....	12
2. Promosi.....	12
3. Atribut Produk.....	15
4. Label Halal.....	17
5. Keputusan Pembelian.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Penurunan Hipotesis.....	26

1) Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian....	26
2) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	26
3) Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian....	27
4) Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.....	28
5) Pengaruh atribut produk yang di moderasi oleh label halal terhadap keputusan pembelian.....	29
D. Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
B. Jenis Data.....	31
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Devinisi Oprasional Variabel	34
1. Variabel Eksogen (Bebas).....	34
2. Variabel Endogen (Terikat).....	36
3. Variabel Moderasi.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran umum Objek/Subjek Penelitian.....	45
1. Gambaran Objek Penelitian.....	45
2. Hasil Pengumpulan Data.....	46
3. Deskripsi Responden.....	47
a. Distribusi Responden berdasarkan Domisili.....	47
b. Distribusi Responden berdasarkan Usia.....	48
c. Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
d. Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	49
e. Distribusi Responden berdasarkan Pendapatan.....	50
f. Distribusi Responden berdasarkan Jenis Pembelian.....	50

g. Distribusi Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian...	51
B. Uji Kualitas Instrumen.....	52
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reliabilitas.....	53
C. Statistik Deskriptif.....	54
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	57
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN,	
SARAN.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	66
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penghargaan Wardah.....	6
Tabel 1.2 <i>Top Brand Award</i> Wardah 2018.....	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.2 Indikator Variabel Eksogen.....	35
Tabel 3.3 Indikator Variabel Endogen.....	37
Tabel 3.4 Indikator Variabel Moderasi.....	37
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pembelian.....	51
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	52
Tabel 4.8 Uji Validitas.....	53
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	54
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Promosi.....	55
Tabel 4.12 Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	55
Tabel 4.13 Deskriptif Variabel Label Halal.....	56
Tabel 4.14 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.15 Uji Kelayakan Model.....	58
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.17 Uji Determinasi.....	60
Tabel 4.18 Uji MRA.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	80
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	84
Lampiran 4 Uji Validitas.....	86
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	87
Lampiran 6 Uji Deskriptif.....	88
Lampiran 7 Uji Kelayakan Model.....	88
Lampiran 8 Uji Parsial.....	89
Lampiran 9 Uji Determinasi.....	88
Lampiran 10 Uji MRA.....	89