

**PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN MARKETING  
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH DI  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Nur Affifah Novita Dewi  
190910293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN MARKETING  
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH DI  
BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:**

**Nur Affifah Novita Dewi  
190910293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nur Affifah Novita Dewi  
NPM : 190910293  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul :

### **PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH DI BATAM**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 22 Juli 2023



**Nur Affifah Novita Dewi**

**190910293**

**PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN MARKETING  
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH DI  
BATAM**

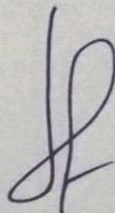
**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh  
Nur Affifah Novita Dewi  
190910293**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 22 Juli 2023**



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian saat ini ialah guna pengetahuan akan pengaruh dari *brand image*, *green marketing* serta label halal dalam keputusan akan pembelian untuk produk kosmetik dari wardah yang ada pada Batam. Jenis penelitian dimana dipakai dalam penelitian saat ini ialah penelitian bermetode kuantitatif dan mempunyai populasi terdiri atas 100 responden yang merupakan pengguna dari kosmetik wardah di kecamatan Sagulung. Sampel purposive sampling sebagai metode sampel yang ditargetkan. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25. Pengujian dari asumsi klasik, analisis berganda, serta pengujian hipotesis yaitu metode dalam analisis dimana dipakai untuk penelitian saat ini. Temuan hasil Penelitian sebagaimana nilai  $f$  yang diperoleh suatu besar signifikansinya ( $0,000 < 0,05$ ) dimana berarti signifikan, serta  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel ( $37,236 > 2,70$ ) maka dinyatakan bahwa variabel *brand image*, *green marketing* serta label halal memiliki pengaruh secara signifikan dengan simultan atas keputusan dari pembelian.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, *Green Marketing*, Label Halal, Keputusan Pembelian

## ***ABSTACT***

*The purpose of this study was to determine the effect of brand image, green marketing and halal labels on purchasing decisions for wardah cosmetics in Batam. The type of research used in this research is quantitative research and the population consists of 100 respondents who are users of wardah cosmetics in the Sagulung sub-district. Purposive sampling as a targeted sample method. Data processing using SPSS version 25. Classical assumption test, multiple analysis, and hypothesis testing are the analytical methods used in this study. The findings of the research results as the  $f$  value obtained with a significance value ( $0.000 < 0.05$ ) which means significant, and  $f$  count  $> f$  table ( $37.236 > 2.70$ ) it is stated that brand image, green marketing and halal label variables have a significant effect simultaneous to the purchase decision.*

***Keywords :*** *Brand Image, Green Marketing, Halal Labels, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M, selaku pembimbing akademik penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing skripsi penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Kedua orang tua Ayah dan Mama serta saudara laki-laki yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis.
8. Rekan serta sahabat yang selalu memberikan semangat dan nasehat yaitu Hasna, Afra, Annisa, Aldila, Nadia, Sumi, Mila, Niken, Deya, Arsen, Rio.
9. Para responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 22 Juli 2023

Nur Affifah Novita Dewi





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Teori .....	13
2.1.1 Brand Image .....	13
2.1.1.1 Pengertian Brand Image.....	13
2.1.1.2 Dimensi Brand Image .....	15
2.1.1.3 Manfaat Brand Image.....	15
2.1.1.4 Indikator Brand Image .....	16
2.1.2 Green Marketing .....	17
2.1.2.1 Pengertian Green Marketing .....	17
2.1.2.2 Indikator Green Marketing.....	18
2.1.2.3 Tujuan Green Marketing.....	19
2.1.3 Label Halal .....	19
2.1.3.1 Pengertian Label Halal.....	19
2.1.3.2 Tujuan Label Halal.....	20
2.1.3.3 Indikator Label Halal .....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2 Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.3 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	31

2.4 Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Sifat Penelitian .....	34
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.3.2 Periode Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	36
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	37
3.5 Sumber Data.....	37
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.7.1 Variabel Independen .....	39
3.7.2 Variabel Dependen.....	40
3.8 Metode Analisis Data.....	40
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	41
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	43
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	43
3.8.2.2 Reabilitas Data .....	43
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	44
3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.3.3 Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.4 Uji Pengaruh .....	45
3.8.4.1 Regresi Linear Berganda.....	45
3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
3.9 Uji Hipotesis .....	46
3.9.1 Uji Parsial ( Uji T ).....	46
3.9.2 Uji Simultan ( Uji F ) .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Perusahaan .....	48
4.1.2 Logo Perusahaan .....	48
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Profil Responden.....	49
4.2.2 Profil responden Menurut Jenis Kelamin.....	49
4.2.3 Profil Responden Menurut Usia.....	50
4.2.4 Profil Responden Menurut Pendidikan .....	51
4.2.5 Profil Responden Menurut Lama Penggunaan Produk Wardah .....	52
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X1) .....	53
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Green Marketing (X2).....	54
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Label Halal (X3) .....	56

4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
4.4 Analisis Data .....	59
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data .....	59
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Data .....	59
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Data .....	60
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas .....	61
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas .....	64
4.4.2.3 Hasil Uji Heterodastisitas.....	65
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh .....	67
4.4.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	68
4.5 Pengujian Hipotesis.....	69
4.5.1 Hasil Uji Pesial (Uji Persial).....	69
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
4.6 Pembahasan.....	72
4.6.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.6.2 Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.6.3 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.6.4 Pengaruh Brand Image, Green Marketing, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	74
4.7.1 Implikasi Teoritis .....	74
4.7.2 Implikasi Praktis .....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Simpulan .....	76
5.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Kosmetik Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2022 ....	3
<b>Gambar 1.2</b> Perbedaan Produk Asli vs Palsu .....	4
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	32
<b>Gambar 4.1</b> Logo Wardah .....	48
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Histogram .....	62
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot Regression.....	62
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Uji Heterokedastisitas Scatter Plot.....	65

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Top Brand Indeks Katagori Kosmetik Series Tahun 2021.....	6
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	27
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	35
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	39
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	40
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	42
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	50
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Menurut Usia .....	50
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Menurut Pendidikan .....	51
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Menurut Lama Penggunaan Produk Wardah .....	52
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Kuesioner Variabel Brand Image.....	53
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Kuesioner Variabel Green Marketing.....	54
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Kuesioner Variabel Label Halal.....	56
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .....	57
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas .....	59
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	61
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Kolmogorov-smirnov.....	63
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Multikolonieritas.....	64
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Spearman Rho.....	66
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	67
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji t .....	70
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji f.....	71

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Lemeshow .....	36
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	42
<b>Rumus 3.3</b> Uji Validitas .....	43
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linear Berganda.....	45
<b>Rumus 3.5</b> Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46