

**HUBUNGAN ANTARA LABEL HALAL DAN *CELEBRITY*
ENDORSEMENT DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK *WARDAH* PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DI JAKARTA**

**ADZKIA RAHMATILLAH
8135153395**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE CORRELATION BETWEEN HALAL LABEL AND CELEBRITY
ENDORSEMENT WITH THE BUYING DECISION WARDAH COSMETIC
PRODUCT IN THE FACULTY OF ECONOMICS STUDENTS IN STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA AT JAKARTA***

ADZKIA RAHMATILLAH

8135153395



*Building
Future
Leaders*

***This Script is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor
of Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

ADZKIA RAHMATILLAH. Hubungan Antara Label Halal dan *Celebrity Endorsement* Dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung* Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Di Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 7 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara label halal dan *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian produk kosmetik *Wardah* pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 109 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 11,078 + 0,57X_1 + 0,6493X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $46,095 > 3,08$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 2,798$ dan $t_{tabel} = 1,65936$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 6,822$ dan $t_{tabel} = 1,65936$. Nilai koefisien korelasi antara variabel label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,480 dan nilai koefisien korelasi antara variabel *celebrity endorsement* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,652. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dan *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,465 yang menunjukkan bahwa 46,5% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh label halal dan *celebrity endorsement*. Sementara itu, sisanya 53,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Label Halal, *Celebrity Endorsement*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Adzkie Rahmatillah, *The Correlation Between Halal Label and Celebrity Endorsement With The Buying Decision Wardah Cosmetic Product On Faculty Of Economics Students In State University of Jakarta At Jakarta. Study Program of Business Education, Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 7 months, starting from January to July 2019. The purpose of this study is to determine the correlation between halal label and celebrity endorsement with the buying decision Wardah cosmetic product in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as ... people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 11,078 + 0,57X_1 + 0,6493X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X_1 equal to 0,200, X_2 equal to 0,200. Because the significance level is $> 0,05$ it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on X_1 and Y on X_2 yields a significance value on Linearity, that is $0,000 < 0,05$, so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $46,095 > 3,08$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 2,798$ and $t_{table} = 1,65936$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 6,822$ and $t_{table} = 1,65936$. The value of correlation coefficient between variable of halal label (X_1) to buying decision (Y) equal to 0,480 and value of correlation coefficient between variable of celebrity endorsement (X_2) to buying decision (Y) equal to 0,652. Thus, there is a positive and significant relationship between halal label and buying decision and there is a positive and significant relationship between celebrity endorsement and buying decision. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,465 indicating that 46,5% variable customer satisfaction is determined by the halal label and celebrity endorsement. Meanwhile, the remaining 53,5% is influenced by other factors.

Key word: *The Buying Decision, Halal Label, Celebrity Endorsement*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Adkia Rahmatillah

NIM. 8135153395

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Love Yourself, Speak Yourself”

“Janganlah engkau marah, maka bagimu surga.” (HR. Thabrani)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 6)

“Maybe I made a mistake yesterday, but yesterday’s me is still me. Today, I am who I am with all of my faults and my mistakes. Tomorrow I might be a tiny bit wiser and that would be me too. These faults and mistakes are what I am, making up the brightest stars in the constellation of my life. I have come to love myself for who I am, for who I was, and for who I hope to become.” (Namjoon Kim)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Umi, Abi, kakak-kakak dan adik tercinta yang selalu setia tiada henti menyayangi dengan tulus, mendukung dalam memberikan moril dan materil selama hidup saya, selalu mendoakan saya, selalu menyemangati dan mempercayai saya untuk dapat meraih mimpi agar menjadi pribadi yang bermanfaat. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Pak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing, sehingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga kehidupan kita dipenuhi keberkahan dan selamat di dunia maupun akhirat, serta dapat berkumpul di Surga-Nya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Label Halal dan *Celebrity Endorsement* dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Wardah* pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dukungan, dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, motivasi, telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, perhatian, dukungan, saran yang membangun dan juga telah banyak mengajarkan kebaikan selama masa perkuliahan saya dan dalam penelitian ini.

4. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang berguna.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu, Ibu Masitoh dan Bapak Sarwani, serta kakak Hafizul Huda, kakak Fathia Annisa Oktaviani, kakak Naqiyah Maryam, kakak Yusuf Muhammad, kakak Rumaisha Mujahidah, kakak Saifulloh Siddiq, adik Anas Anshorullah yang selalu setia mendukung, menemani dan menyayangi dengan tulus.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Adzkia Rahmatillah