

**PENGARUH DUTA MEREK, HARGA, DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK PADA GENERASI Z
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

NADIA SARI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2024 M/1445 H

**PENGARUH DUTA MEREK, HARGA, DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK PADA GENERASI Z
DI KOTA BANJARMASIN**

Skripsi

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh

Nadia Sari

200105010057



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Sari

NIM : 200105010057

Tempat/Tgl.Lahir : Banjarmasin, 13 Maret 2001

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 22 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Nadia Sari

NIM: 200105010057

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Duta Merek, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Ditulis oleh : Nadia Sari

N I M : 200105010057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2023/2024

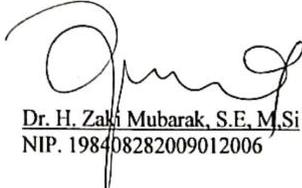
Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 13 Maret 2001

Alamat : JL. AES Nasution Gg. Pasar Rt. 08 Rw. 01 NO. 31, Kel. Gadang, Kec. Banjarmasin Tengah, Kalimantan Selatan.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi
Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Banjarmasin, 13 Mei 2024
Menyetujui
Pembimbing



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si
NIP. 198408282009012006

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Duta Merek, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin"**, ditulis oleh Nadia Sari, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 6 Juni 2024

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (84,00)

Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Antasari

Banjarmasin



Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Zaki Mubarak, M.Si

1.

2. Dr. Ilham Akbar, S.H., M. Kn.

2.

3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I.

3.

4. Annisa Mahfuzah, M.H.

4.

iv

ABSTRAK

Nadia Sari. 2024. *Pengaruh Duta Merek, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.* Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Zaki Mubarak, M.Si.

Kata kunci: Duta Merek, Harga, Label Halal, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri kosmetik yang sangat berkembang pesat di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh duta merek, harga, dan label halal, terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada Generasi Z di Kota Banjarmasin secara simultan dan parsial.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian dan analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini hasil uji F menunjukkan bahwa variabel duta merek, harga, dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Make Over dengan nilai Fhitung sebesar $10,088 > F$ tabel $3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil uji T menunjukkan variabel duta merek dengan Signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel Harga dengan nilai signifikansi $0,062 > 0,05$ dan variabel label halal dengan nilai signifikansi $0,707 > 0,05$ tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Make Over pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

MOTTO

“Jangan pernah katakan “tidak mungkin” jika Allah menghendaki sesuatu maka apapun dapat terjadi”

(Q.S. Yasin: 82)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutanlah yang membuat jadi sulit. Jadi jangan mudah menyerah”

(Ir. H. Joko Widodo)

*“Jika sudah memulai dengan *Bismillah* jangan berhenti di tengah sebelum terucap *Alhamdulillah*”*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan segala kekuatan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Hukum. Shalawat serta salam tidak lupa juga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia.

Sebagai ungkapan terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Cinta pertama saya. Ayahanda tercinta Almh. M. Adil, beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh pendidikan. Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan ayah ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
2. Piintu surgaku, Ibunda Akamaliah. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
3. Saudara kandung penulis, Aan Gunaidi, Andri Ansyah, Alfian Noor, dan Nurul Farida yang memberikan semangat dan dorongan semangat hingga penulis bisa sampai di tahap ini.
4. Sepupu sekaligus sahabat penulis, Nur Rika yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

5. Kepada keluarga besar yang selalu memberikan dorongan semangat kepada penulis.
6. Sahabat saya mada yang selalu mendengarkan cerita penulis dan sedikit sabar dalam menghadapi penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Teruntuk teman sekaligus sahabat tercinta penulis diperkuliahan Rizka, Alfina, Kavina, Irun, Zilah. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmu yang dijalani selama perkuliahan. Terima kasih selalu ada untuk penulis. *See you on top, guys!*
8. Teruntuk teman-teman angkatan atau yang lain. Terimakasih atas bantuan kalian dalam proses penulisan skripsi yang selalu mau membantu penulis.
9. *Last but not least*, Terimakasih kepada diri saya sendiri yang suda kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih terhadap hati yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. karena atas berkat rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Shallallahu „Alaihi Wassalam, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Duta Merek, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syariah, pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Hj. Rohana Farida, S.E.M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Dr. Zaki Mubarak, M. Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyelesaian proposal skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
6. Bapak dan Ibuku, terimakasih atas do'a, cinta, dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan
7. Untuk sepupu, sahabat dan teman-teman ku yang selalu mendukung dan memberikan semangat.

Skripsi ini disusun dengan segenap kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Namun demikian, penulis sadar bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Allah Swt. membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt. semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan *Aamiin*

Yaa Rabbal'alamiin.

Banjarmasin, 16 Mei 2024

Penulis

Nadia Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Definisi Operasional/Batasan Istilah	9
F. Kerangka Teori/Berfikir	11
G. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	12
H. Hipotesis	16
I. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KEPUTUSAN PEMBELIAN, DUTA MEREK, HARGA, DAN LABEL HALAL.....	18
A. Keputusan Pembelian	18
B. Duta Merek	23
C. Harga.....	26

D. Label Halal.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	33
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	35
E. Data dan Sumber Data	35
F. Metode Pengumpulan Data	36
G. Variabel Penelitian.....	37
H. Instrumen Penelitian dan Metode Uji Instrumen Penelitian	37
I. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA HASIL PENELITIAN	45
A. Penyajian Data	45
B. Analisis Data dan Hasil Penelitian	73
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ء	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>Al-qudūs</i>

III. Ta'marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>Jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

b) Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>Al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal Pendek

ـَ	Fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	Ditulis	I
ـُ	Dammah	Ditulis	u
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	Quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yantiqu

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā kāmīlah
----	---------------	---------	--------------

	كاملة		
2.	Fathah + ya' mati صلى	Ditulis	ā ṣallā
3.	Kasrah + ya' mati شديد	Ditulis	ī syadīd
4.	Dammah + wawu mati صدر	Ditulis	ū ṣudūr

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati رويد	Ditulis	ai ruwaidun
2.	Fathah + wawu mati وقرعون ذيا الأوتاد	Ditulis	au wa fir'auna ži al-autād

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	------------------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ - ṣubḥu</i>
الساورة	Ditulis	<i>as-Sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

برالوالدين	Ditulis	<i>Birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kerangka Teori	11
Tabel 3.1	Skala Likert	36
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	47
Tabel 4.1	Daftar Harga Produk Make Over	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penhasilan.....	53
Tabel 4.6	Tanggapan responden terhadap melakukan pembelian produk kosmetik karena melibatkan selebriti atau tokoh terkenal sebagai duta merek	54
Tabel 4.7	Tanggapan responden terhadap Duta merek yang dipilih memiliki pengetahuan tentang kosmetik.....	55
Tabel 4.8	Tanggapan responden terhadap Duta merek produk kosmetik yang di gunakan memiliki pengaruh yang kuat dalam membujuk dan meyakinkan konsumen tentang produk kosmetik	56
Tabel 4.9	Tanggapan responden terhadap Duta Merek produk kosmetik merupakan sosok individu yang mengikuti perkembangan tren atau mode kecantikan	56
Tabel 4.10	Tanggapan responden terhadap Duta merek produk kosmetik merupakan sosok individu yang memikat hati	57
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap membeli produk kosmetik dengan memilih harga yang sangat terjangkau oleh konsumen.....	58

Tabel 4.12	Tanggapan responden terhadap harga yang ditetapkan produk kosmetik sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	59
Tabel 4.13	Tanggapan responden terhadap harga yang ditetapkan produk kosmetik sesuai manfaat dari produk tersebut	60
Tabel 4.14	Tanggapan responden terhadap harga yang ditawarkan untuk produk kosmetik memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing	61
Tabel 4.15	Tanggapan responden terhadap logo halal menjadi pertimbangan dalam memilih produk kosmetik	61
Tabel 4.16	Tanggapan responden terhadap label halal pada produk kosmetik menjadi jaminan bahwa produk tersebut halal	62
Tabel 4.17	Tanggapan responden terhadap merasa aman menggunakan produk yang berlabel halal	63
Tabel 4.18	Tanggapan responden terhadap adanya logo halal pada kemasan mempermudah mengetahui kualitas produk kosmetik	64
Tabel 4.19	Tanggapan responden terhadap adanya logo halal pada produk kosmetik, menyakinkan bahwa bahan baku pembuatan dan pengolahan produk kosmetik tersebut halal	65
Tabel 4.20	Tanggapan responden terhadap membeli produk kosmetik karena adanya kebutuhan	66
Tabel 4.21	Tanggapan responden terhadap kebutuhan terhadap produk kosmetik tinggi	67
Tabel 4.22	Tanggapan responden terhadap membeli produk kosmetik berdasarkan pengalaman orang lain	67
Tabel 4.23	Tanggapan responden terhadap tertarik membeli produk kosmetik karena melihat iklannya	68

Tabel 4.24	Tanggapan responden terhadap alternatifif duta merek (brand ambassador) menjadi pertimbangan saya dalam memutuskan membeli produk kosmetik	69
Tabel 4.25	Tanggapan responden terhadap membeli produk kosmetik karena harga	70
Tabel 4.26	Tanggapan responden terhadap tetap membeli produk kosmetik meskipun tidak berlabel halal dengan mempertimbangkan kehalalan ingredients produknya	71
Tabel 4.27	Tanggapan responden terhadap merasa puas dalam membeli produk kosmetik.....	72
Tabel 4.28	Tanggapan responden terhadap akan melakukan pembelian kembali produk kosmetik	72
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.30	Uji Realibilitas	76
Tabel 4.31	Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 32	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.33	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	83
Tabel 4.34	Hasil Uji T.....	83
Tabel 4.35	Hasil Uji F.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tebel Perkembangan Penjualan Produk Kosmetik Tahun 2022	2
Gambar 4.1 <i>PT. Paragon Technolgy and Innovation</i>	45
Gambar 4.2 Logo Brand Make Over.....	46