PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK KOREA DI BANJARMASIN

SKRIPSI

OLEH

HABIBAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

Tahun 2022 M/ 1444 H

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK KOREA DI BANJARMASIN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana

dalam Ilmu Ekonomi

Oleh:

Habibah

180105010170

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

BANJARAMASIN

2022 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Habibah
NIM	:	180105010170
Tempat/Tgl. Lahir	:	Banjarmasin/ 14 Maret 2000
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 dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 30 September 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Habibah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	: Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Korea di Banjarmasin
Ditulis oleh	: Habibah
N I M	: 180105010170
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	: Strata Satu (S-1)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	: 2022/2023
Tempat dan tanggal lahir	: Banjarmasin, 14 Maret 2000
Alamat	: Jalan Sungai Lulut Dalam Simpang Layang RT.07 RW. 01

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.

Banjarmasin, 30 September 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Rohana Faridah, S.E, MM
NIP 197804272009012010

Pembimbing

Dr. H. Zaki Mubarak, S.E, M,Si
NIP 197710312002121002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Korea di Banjarmasin", ditulis oleh Habibah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 17 Oktober 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (82,5)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Sukarni, M.Ag
NIP 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Zaki Mubarak, M.Si (Ketua)	1
2. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	2
3. Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)	3
4. Faqih El Wafa, S.H.I., M.S.I (Anggota)	4

Habibah. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmestik Korea di Banjarmasin (Studi Kasus Pada Kosmetik Cosrx di Banjarmasin). Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Zaki Mubarak, S.E, M.Si

Kata kunci : *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Label Halal, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Tren Korean Beauty yang membuat produk kosmetik Korea di gemari dan laris terjual di pasar Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand ambassador, kualitas produk, dan label halal, terhadap keputusan pembelian produk Cosrx di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan sebanyak 96 orang responden sebagai sampel penelitian dan analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan variabel brand ambassador, kualitas produk, dan label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Cosrx di Banjarmasin dilihat hasil uji f dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Secara parsial variabel brand ambassador dengan signifikasi sebesar 0,009 < 0,00 dan variabel kualitas produk dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,00 berpengaruh terhadap keputusan pembelian Cosrx di Banjarmasin. Sedangkan variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Cosrx di Banjarmasin dapat dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0,432 > 0,05.

MOTTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan"
(QS. Al-Insyirah: 6)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah bekerja keras untuk menyelesaikannya.
Kepada orang tua saya yang telah mendoakan dan mendukung saya.
Kepada bapak Zaki Mubarak selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini
Kepada teman-teman saya telah banyak membantu saya.
Dan yang terakhir kepada semua pihak yang sering bertanya kapan lulus?, Kapan wisuda? dan sejenisnya
Kalian adalah salah satu alasan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini

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	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta’	T	Te
ث	s\a’	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a’	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha’	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra’	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a’	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a’	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
ه	ha’	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبّر	Ditulis	*Mutakabbir*
القدوس	Ditulis	*al-qudu>s*

III. Ta’ *marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	*ja>mi’ah*
مكتبة	Ditulis	*Maktabah*

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	*al-maktabah al-jami>lah*

IV. Vokal pendek

ـَ	Fathah	ditulis	A
ـِ	Kasrah	ditulis	I

ـُـ	Dammah	ditulis	U
شكر	Fathah	ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis Ditulis	*a>* *ka>milah*
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis Ditulis	*a>* *s}alla>*
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis Ditulis	*i>* *syadi>d*
4	dammah + wawu mati صدور	Ditulis Ditulis	*u>* *s}udu>r*

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	Ai *Ruwaidun*
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	Au *wa fir'auna z\i al-auta>d*

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

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	*a'antum asyaddu khalqan*

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	*al-Qur'a>n*
الكتاب	Ditulis	*al-kita>b*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan di*idgamkan*

الصبح	Ditulis	*as}-s}ubh}u*
الساهرة	Ditulis	*as-sa>hirah*

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	*birru al-wa>lidaini*
إذا الشمس	Ditulis	*Iz\a asy-syamsu*

KATA PENGANTAR

بـسم الله الرّحمن الرّحيـم

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Korea", sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbankan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, S.E, MM., dan Qamaruddin, M.E., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Dr. H. Zaki Mubarak, S.E, M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Dr. H. Zaki Mubarak, S.E, M.Si., selaku Penasehat Akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulipakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 30 September 2022

Penulis,

(Habibah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ..... **ii**

PERSETUJUAN ..... **iii**

PENGESAHAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

MOTTO ..... **vi**

PERSEMBAHAN ..... **vii**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA ..... **viii**

KATA PENGANTAR ..... **xii**

DAFTAR ISI ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xix**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Kegunaan Penelitian 8
E. Definisi Operasional 8
F. Kerangka Pemikiran 9
G. Hipotesis Penelitian 10
H. Penelitian Terdahulu 11
I. Sistematika Pembahasan 19

BAB II LANDASAN TEORI **20**
A. Keputusan Pembelian 20
1. Pengertian Keputusan Pembelian 20
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian 23
1. Brand Ambassador 27
2. Kualitas Produk 32
3. Label Halal 39

C. Struktur Kepuasaan Pembelian 50
D. Proses Keputusan Pembelian 53
E. Dalil Keputusan Pembelian..... 56

BAB III METODE PENELITIAN 62
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 62
B. Lokasi Penelitian..... 63
C. Subjek dan Objek Penelitian 63
D. Populasi dan Sampel 65
E. Data dan Sumber Data 66
F. Teknik Pengambilan Data..... 66
G. Teknik Pengolahan Data 66
H. Skala Pengkuran Variabel..... 67
I. Instrumen Penelitian..... 68
J. Uji Instrumen Penelitian 69

BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA 75
A. Penyajian Data 75
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 75
2. Sejarah Perkembangan Cosrx 75
3. Visi dan Misi Cosrx 77
4. Produk Corx 77
5. Karakteristik Responden 80
6. Deskripsi Hasil Penelitian..... 84
B. Analisis Data dan Hasil Penelitian..... 112
C. Pembahasan dan Hasil Analisis Data..... 126

BAB V PENUTUP..... 134
A. Simpulan 134
B. Saran-saran..... 136

DAFTAR PUSTAKA..... 138

LAMPIRAN..... 143

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1	Skala Likert	68
Tabel	4.1	Data Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel	4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel	4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel	4.4	Data Responden Berdasarkan Penghasilan	83
Tabel	4.5	Tanggapan Responden Terhadap Mengetahui Sosok Kim Soo-Hyun Sebelum Menjadi Brand Ambassador Cosrx	84
Tabel	4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kim Soo-Hyun Sebagai Brand Ambassador Cosrx yang Merupakan Aktor Terkenal dan Sudah banyak Membintang Iklani Berbagai Macam Produk	85
Tabel	4.7	Tanggapan responden Terhadap Fisik Kim Soo-Hyun Sebagai Brand Ambassador Cosrx	86
Tabel	4.8	Tanggapan Responden Terhadap Citra Positif Kim Soo-Hyun Sebagai Brand Ambassador Cosrx	87
Tabel	4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kepribadian Kim Soo-Hyun Mewakili Produk Yang diiklankanya	88
Tabel	4.10	Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Kim Soo-Hyun Sebagai Brand Ambassador dalam Menarik Perhatian Pembeli	89
Tabel	4.11	Tanggapan Responden Terhadap Keahlian Kim Soo-Hyun dalam Mengiklankan Produk Menjadi Faktor Pendukung Sebagai Brand Ambassador	90
Tabel	4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kecocokan Pemakain Produk Cosrx	91
Tabel	4.13	Tanggapan Responden Terhadap Ingredients Produk Cosrx yang Tidak Berbahaya dan Tidak Mengiritasi Kulit	92

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Produk Cosrx Bekerja dengan Baik di Kulit 93

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Saat Menggunakan Produk Cosrx 94

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Produk Cosrx yang Memberikan Hasil Signifikan Sesuai Janji Produknya..... 95

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Produk Cosrx yang Simple dan Mudah di Gunakan 96

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Logo Halal Menjadi Pertimbangan dalam Memilih Produk Kosmetik..... 97

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Label Halal pada Produk Kosmetik Menjadi Jaminan bahwa Produk Tersebut Halal..... 98

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Adanya Label Halal pada Produk Kosmetik dapat Membuat Rasa Aman dalam Menggunakannya 99

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Adanya Label Halal pada Kemasan Mempermudah Mengatahui Kualitas Produk Kosmetik 100

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Label Halal pada Produk Kosmetik Menunjukan Bahwa Bahan Baku Pembuatan dan Pengolahan Produk Kosmetik Tersebut Halal 101

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Membeli Produk Cosrx Adanya Karena Kebutuhan 102

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Membeli Produk Cosrx Karena Kebutuhannya Terhadap Produk Cosrx yang Tinggi 103

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Melakukan Pembelian Produk Cosrx Berdasarkan Pengalaman Orang Lain 104

Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Ketertarikannya Membeli Produk Cosrx Setelah Melihat Iklannya 105

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Alternatif Produk Kosmetik Lokal Kurang Menjadi Pertimbangan dalam Memutuskan Melakukan Pembelian Produk Cosrx 106

Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Produk Cosrx Menjadi Pilihan Alternatif 107

Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cosrx Karena Harga dan Kualitasnya yang Bagus 108

Tabel 4.30 Tanggapan Responden Akan Tetap Melakukan Pembelian Produk Cosrx Meskipun Tidak Berlabel Halal dengan Mempertimbangkan Kehalalan Ingredients Produknya 109

Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Membeli Produk Cosrx 110

Tabel 4.32 Tanggapan Responden Akan Melakukan Pembelian Kembali Produk Cosrx 111

Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas 112

Tabel 4.34 Hasil Uji Reaibilitas 115

Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas 116

Tabel 4.36 Hasil Uji Multikolinearitas 117

Tabel 4.37 Hasil Analisis Regresi Berganda 121

Tabel 4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 122

Tabel 4.39 Hasil Uji T (Parsial) 124

Tabel 4.40 Hasil Uji F (Simultan) 125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Ambassador 3

Gambar 1.2 Data Statistik Produk Halal LPPOM MUI Indonesia 2012-2019 5

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran 9

Gambar 2.1 Logo Halal 44

Gambar 4.1 Logo Cosrx 75

Gambar 4.2 Gambar Scatterplot 119