

**PENGARUH GAYA HIDUP , LABEL HALAL, BRAND  
AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WARDAH**

( Studi kasus pada Toko Cahaya Indah Pamulang Tangerang Selatan)

**SKRIPSI**

**NADIA WIRANATA OCTAVIANI**

**21160000105**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH GAYA HIDUP , LABEL HALAL,  
BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WARDAH**

( Studi kasus pada Toko Cahaya Indah Pamulang Tangerang Selatan)

**SKRIPSI**

**NADIA WIRANATA OCTAVIANI**

**21160000105**



**SKRIPSIINI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana semestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat , maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 02 September 2020



NADIA WIRANATA OCTAVIANI

NPM 21160000105

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

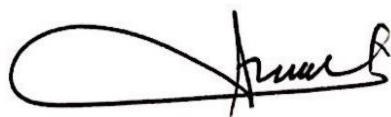
Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro, Msc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 02 September 2020

Pembimbing,



Drs. Sumitro, Msc

KaProdi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, Msc

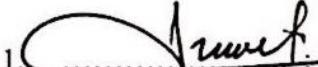
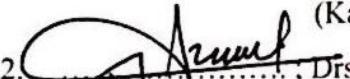
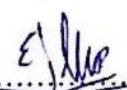
## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, BRAND  
AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
WARDAH**

Telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 02 September 2020 dengan Nilai A.

**Panitia Ujian** Karya Ilmiah

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Ka.Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Pembimbing)
3.  ; Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4.  ; Dr. Engkur, S.I.P.,ME  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan , bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Sumitro, M.sc selaku dosen pembimbing dan Kepala Program Studi S-1 Manajemen yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.sc dan Ibu Dr. Engkur, S.I.P., ME selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu , tenaga atas saran dan kririkan selama proses sidang skripsi.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Segenap doen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Pihak Toko Cahaya Indah Pamulang yang telah memberikan izin penelitian dan banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
6. Kedua Orang tua tercinta, Mama Asnita dan Ayah Sawirman yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, doa, dan bantuan dukungan material dan moral serta memberi semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua adik saya yang tersayang Riski Wirnata Putra dan Shifa Wirnarista Alzena terima kasih untuk doa dan dukungannya.

8. Seluruh keluarga besar tercinta , kakak-kakak, abang-abang, om serta tante yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu per-satu terima kasih atas doa dan dukungannya.
9. Teman seperbimbingan Sri Hartati, Hanggoro, Kak Riri Rismayanti dan teman lainnya terima kasih sudah saling membantu memberi doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat- sahabat seperjuangan selama 8 semester di STEI Nia Handayani, Dinda Ayu Islamiah, Putri Nur Arifiani , Anna Nurcahyanti, Leni Apriliani dan Nur Ravena yang telah banyak membantu dan memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman- teman UKMJ Manajemen angkat 2016 untuk segala dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman –teman Kelas B Manajemen Pagi angkatan 2016 untuk segala dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu atas dukungan baik materi, semangat dan perhatiannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 02 September 2020



NADIA WIRANATA OCTAVIANI

NPM 21160000105

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai aktivis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Nadia Wiranata Octaviani
NPM	: 21160000105
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

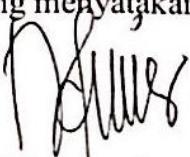
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

### **PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 02 September 2020

Yang menyatakan,  
  
 Nadia Wiranata Octaviani

Nama : Nadia Wiranata Octaviani	Dosen Pembimbing :
NPM : 21160000105	Drs. Sumitro, Msc
Program Studi: S-1 Manajemen	

**PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Gaya Hidup, Label Halal, *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Toko Cahaya Indah Pamulang, Tanggerang Selatan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan menggunakan Koefisien Determinasi dengan SPSS 25.00. Teknik pengumpulan data menggunakan metoda survey dengan pengamatan langsung kepada 97 responden dengan menggunakan kuisioner.

Penelitian ini membuktikan bahwa Gaya Hidup, Label Halal, Brand Ambassador serta Brand Awareness secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. Hasil penelitian ini memberikan temuan yang bermanfaat bagi Wardah dalam rangka menciptakan dan meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian terhadap produk. Semakin Wardah baik memperhatikan gaya hidup, label halal, brand ambassador dan brand awareness semakin meningkatkan keputusan pembelian produk. pihak Wardah dapat melakukan terobosan terbaru atau inovasi serta peningkatan promosi terhadap produknya berdasarkan keinginan dan gaya hidup konsumen yang beraneka ragam sehingga dapat memenuhi seluruh keinginan konsumen.

**Kata kunci : Gaya Hidup, Label Halal, Brand Ambassador, Brand Awareness, Keputusan pembelian**

Name : Nadia Wiranata Octaviani	Supervisor :
NPM : 21160000105	Drs. Sumitro, Msc
Study Program : S-1 Manajemen	

**THE EFFECT OF LIFESTYLE, HALAL LABEL, BRAND AMBASSADOR  
AND BRAND AWARENESS ON WARDAH PRODUCT PURCHASE  
DECISIONS**

**ABSTRACT**

*This study aims to test whether there is a positive and significant influence between Lifestyle, Halal Label, Brand Ambassador and Brand Awareness Of Wardah Product Purchase Decisions on the consumers of Cahaya Indah Pamulang Stores, South Tanggerang.*

*This research uses associative research with a quantitative approach, which is measured using the coefficient of determination with SPSS 25.00. The data collection technique used a survey method with direct observation to 97 respondents using a questionnaire.*

*This research proves that Lifestyle, Halal Label, Brand Ambassador and Brand Awareness partially and simultaneously have a positive significant effect on Wardah Product Purchase Decisions. The results of this study provide useful findings for Wardah in order to create and increase trust and product purchasing decisions. The better Wardah pays attention to lifestyle, halal labels, brand ambassadors and brand awareness, the more it increases product purchasing decisions. Wardah can make the latest breakthroughs or innovations and increase the promotion of its products based on the desires and lifestyle of various consumers so that they can fulfill all consumer desires.*

**Keywords : Lifestyle, Halal Label, Brand Ambassador, Brand Awareness, Purchasing Decisions.**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
 <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	 1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	 11
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori .....	15
2.2.1. Pemasaran .....	16
2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	17
2.2.3. Gaya Hidup .....	18

2.2.4. Label Halal .....	20
2.2.5. Brand Ambassador .....	22
2.2.6. Brand Awareness .....	24
2.2.7. Keputusan Pembelian .....	25
2.3. Keterkaitan Antar Variabel .....	28
2.3.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.3.2. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.3.3. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.4. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	31
2.5. Kerangka Konseptual .....	31
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	33
3.2. Populasi dan Sampel .....	33
3.2.1. Populasi Penelitian .....	33
3.2.2. Sampel Penelitian .....	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	35
3.4. Operasional Variabel .....	36
3.5. Metoda Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.2. Deskripsi Responden .....	50
4.2.1. Deskripsi Responden berdasarkan usia .....	50
4.2.2. Deskripsi Responden berdasarkan uang saku .....	51

4.2.3. Deskripsi Responden berdasarkan pekerjaan .....	52
4.3. Deskripsi Data .....	52
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
4.4.1. Uji Validitas .....	56
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.5. Analisis Statistik Data .....	60
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi .....	63
4.5.1.1. Uji Koefisien Determinasi Parsial .....	63
4.5.1.2. Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	66
4.5.2. Pengujian Hipotesis .....	67
4.5.2.1. Pengujian secara parsial .....	67
4.5.2.2. Pengujian secara simultan .....	68
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	69
4.6.1. Temuan Hasil Penelitian Gaya Hidup .....	69
4.6.2. Temuan Hasil Penelitian Label Halal .....	70
4.6.3. Temuan Hasil Penelitian Brand Ambassador .....	70
4.6.4. Temuan Hasil Penelitian Brand Awareness .....	71
4.6.5. Temuan Hasil Penelitian Gaya Hidup, Label Halal, Brand Ambassador dan Brand Awareness .....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1. Simpulan .....	75
5.2. Saran .....	76
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian selanjutnya .....	77
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI .....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Skala Likert Instrumen Penelitian .....	36
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Gaya Hidup .....	36
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Label Halal .....	37
<b>Tabel 3.4.</b> Indikator Brand Ambassador .....	37
<b>Tabel 3.5.</b> Indikator Brand Awareness.....	39
<b>Tabel 3.6.</b> Indikator Keputusan Pembelian .....	39
<b>Tabel 4.1.</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	51
<b>Tabel 4.2</b> Data responden berdasarkan uang saku .....	52
<b>Tabel 4.3</b> Data responden berdasarkan pekerjaan .....	53
<b>Tabel 4.4.</b> Validitas Instrumen per Butir untuk Gaya Hidup (X <sub>1</sub> ) .....	57
<b>Tabel 4.5.</b> Validitas Instrumen per Butir untuk Label Halal (X <sub>2</sub> ) .....	58
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Instrumen per Butir untuk <i>Brand Ambassador</i> (X <sub>3</sub> ).....	58
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Instrumen per Butir Brand Awareness (X <sub>4</sub> ).....	59
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Instrumen per Butir Keputusan Pembelian (Y) .....	60
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	61
<b>Tabel 4.14.</b> Uji Koefisien Determinasi Parsial Gaya Hidup (X1) .....	64
<b>Tabel 4.15.</b> Uji Koefisien Determinasi Parsial Label Halal (X2) .....	65
<b>Tabel 4.16.</b> Uji Koeffisien Determinasi Parsial <i>Brand Ambassador</i> (X3) .....	65
<b>Tabel 4.17.</b> Uji Determinasi Parsial <i>Brand Awareness</i> (X4) .....	66
<b>Tabel 4.18.</b> Hasil Uji Determinasi Simultan .....	67
<b>Tabel 4.19.</b> Hasil Uji Hipotesis Simultan .....	69

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b>	Perolehan Top Brand Index Produk Kosmetik .....	6
<b>Gambar 2.1.</b>	Proses Keputusan Pembelian.....	25
<b>Gambar 2.2.</b>	Kerangka Konseptual .....	31
<b>Gambar 4.1.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Gaya Hidup (X <sub>1</sub> ) .....	54
<b>Gambar 4.2.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Label Halal (X <sub>2</sub> ) .....	55
<b>Gambar 4.3.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Brand Ambassador (X <sub>3</sub> ) .....	55
<b>Gambar 4.4.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Brand Awareness (X <sub>4</sub> ) .....	56
<b>Gambar 4.5.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

<b>Lampiran 1.</b> Kuisioner Penelitian .....	90
<b>Lampiran 2.</b> Skor Variabel Gaya Hidup (X1) .....	92
<b>Lampiran 3.</b> Skor Variabel Label Halal (X2).....	94
<b>Lampiran 4.</b> Skor Variabel Brand Ambassador (X3).....	94
<b>Lampiran 5.</b> Skor Variabel Brand Awareness (X4) .....	97
<b>Lampiran 6.</b> Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	100
<b>Lampiran 7.</b> Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	102
<b>Lampiran 8</b> Uji Validitas Label Halal (X2) .....	104
<b>Lampiran 9.</b> Uji Validitas Brand Ambassador (X3) .....	105
<b>Lampiran 10.</b> Uji Validitas Brand Awareness (X4).....	106
<b>Lampiran 11.</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	107
<b>Lampiran 12.</b> Uji Realibilitas .....	109
<b>Lampiran 15.</b> Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis .....	112