

**Pengaruh Persepsi Label Halal dan Persepsi *Celebrity Endorser*
terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada
Mahasiswi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

MEUTIA FANISA BURHAN


1510526014

Dosen Pembimbing:

Dr. Verinita, SE. M.Si

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2017

	No. Alumni Universitas:	MEUTIA FANISA BURHAN	No. Alumni Fakultas:
	a). Tempat /Tgl Lahir: Padang / 25 November 1994, b). Nama Orang Tua: Burhanuddin dan Desviantic). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1510526014, f). Tanggal Lulus: 24Oktober 2017, g). IPK: 3,43 h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan, i). Lama Studi: 2 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Komplek Bumi Minang II, Blok B Nomor 1, Kota Padang, Sumatera Barat.		

PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN PERSEPSI *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI S1 JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS

*Skripsi S1 oleh: Meutia Fanisa Burhan
Pembimbing: Dr. Verinita, SE, M.Si*

ABSTRAK

Dari tahun ke tahun perkembangan dan persaingan di segala sektor industri semakin meningkat, salah satunya pada sektor industri kosmetik. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035, industri kosmetik menjadi salah satu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama (prime mover) perekonomian atau biasa dikenal dengan istilah industri andalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi label halal dan persepsi *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Mahasiswi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS 21.0. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, dengan menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling* yaitu pada Mahasiswi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang pernah membeli kosmetik Wardah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Berdasarkan hasil uji nilai *Adjusted R Squared* diperoleh nilai sebesar 0,416 yang artinya keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Mahasiwi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dipengaruhi oleh variasi dari persepsi label halal dan persepsi *celebrity endorser* sebesar 41,6%, sedangkan sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Label Halal, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, Wardah.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **24 Oktober 2017** dengan pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Verinita, SE, M.Si	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Syafrizal, SE, ME

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, M.Si.
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Unibersitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan