

“Pengaruh *Halal Awareness, Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* pada Kosmetik Merek Wardah”

(Studi pada Muslimah Generasi Millennial di Kota Padang)

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

FADILLAH KURNIA MAHESA

1510521007

Pembimbing: Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus, Ph.D

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

OKTOBER 2018



No. Alumni Universitas:

FADILLAH KURNIA MAHESA

No. Alumni Fakultas:

a) Tempat/Tanggal Lahir: Pekanbaru/17 April 1997, b) Nama Orang Tua: Joko Purnomo dan Kasmita, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP: 1510521007, f) Tanggal Lulus: 03 Oktober 2018, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3.56, i) Lama Studi: 3 tahun 2 bulan, j) Alamat Orang Tua: Komplek Pelangi Indah Blok BII No. 5a Kecamatan Kuranji, Kota Padang

Pengaruh Halal Awareness, Celebrity Endorser, dan Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention pada Kosmetik Merek Wardah (Studi pada Muslimah Generasi Millennial di Kota Padang)

Skripsi Oleh: Fadillah Kurnia Mahesa

Pembimbing: Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus, Ph.D




ABSTRAK

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk adalah muslim, mengakibatkan pasar muslim di Indonesia terus meningkat sehingga berdampak pada kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi produk halal, salah satunya pada penggunaan kosmetik halal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *halal awareness*, *celebrity endorser*, dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan metode uji hipotesis dengan sampel penelitian sebanyak 160 masyarakat Kota Padang yang diambil dengan teknik *non probability sampling*. Pengolahan data penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel independen antara variabel dependen dengan program SPSS 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *halal awareness*, *celebrity endorser*, dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Halal Awareness, Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, dan Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal **03 Oktober 2018**.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus, Ph.D	Dr. Eri Besta, SE, MM	Dr. Verinita, SE, M.Si

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/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:	
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan:	