

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA *HALAL*
*COSMETIC PRODUCTS***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Scarlett Whitening Di Lombok)



Oleh:

Dining Nissa Hanifah

20180730016

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dining Nissa Hanifah

NPM : 20180730016

Judul : Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada *Halal Cosmetic Products* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Scarlett Whitening Di Lombok)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 7 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



SEPULUH RIBU RUPIAH
1000
TEL. 20
METAL
TEMPER
38648AJX611658371

Dining Nissa Hanifah

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbi* *'alamin*, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Selain itu penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu dari lubuk hati yang terdalam peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibu saya tercinta ibu Sri Kartiningsih yang selalu mendoakan kesehatan dan keberhasilan anak-anaknya serta yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Laki-laki pertama dalam hidup saya yaitu Bapak Hartadi Arvintadjaja yang selalu menyemangati, menasihati, dan selalu mendoakan yang terbaik bagi anak-anaknya serta memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Adik saya yang terkasih Nabila Nur Syfani yang telah banyak membantu saya dalam proses pembuatan skripsi ini, yang terus memberikan dukungan dan masukan serta pasrah mendengarkan curhatan saya yang panjang lebar.
4. Adik saya yang paling ganteng Muhammad Luthfi Hananta yang telah menjadi tim hahaha yang selalu menyemangati saya dengan keributannya yang berubah menjadi perang dunia ke 3.

5. Keluarga besar saya yang selalu menanyakan kapan wisuda karena hal tersebut membuat saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat sekaligus keluarga baru saya yang dipertemukan saat Mataf yakni Indah Nur Fajriana, Rizka Asri Sakinah Rahmadina dan Anisa Tri Aryani. Terima kasih atas dukungan dan kenangan yang penuh warna dan makna dan kebersamaan selama ini, walaupun berjauhan semoga kita tetap bersatu di hati dan doa.
7. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 18 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada *Halal Cosmetic Products* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Scarlett Whitening Di Lombok)”** dapat terselesaikan. Solawat serta salam tidak lupa di haturkan terhadap kehadiran Baginda Nabi Muhammad Saw, yang telah membawa peradaban manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan, dukungan dan masukan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam
3. Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam
4. Andri Martiana, Lc., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan membantu selama proses pengerjaan skripsi ini

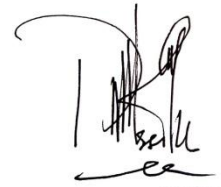
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan
6. Kedua orang tua tercinta yang telah banyak dan tiada hentinya memberikan semangat, dukungan dan masukan selama ini
7. Diri saya sendiri, yang sudah mau terus berjuang dan berusaha selama ini terutama dalam menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
8. Kedua adik tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungannya, yang selalu ada untuk mendengarkan kakak nya berkeluh kesah
9. Keluarga besar yang ada di Bandung dan Lombok yang sudah mendukung dan mendoakan kelancaran penulisan skripsi ini
10. Sahabat sekaligus keluarga baru saya yang dipertemukan saat mataf yakni Indah Nur Fajriana, Rizka Asri Sakinah Rahmadina dan Anisa Tri Aryani. Terima kasih atas segala dukungannya selama ini
11. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 18 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Akhir kata, besar harapan penulis bila skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat kepada penulis sendiri dan semua pihak.

Yogyakarta, 17 Maret 2022

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and vertical strokes, positioned above the printed name.

Dining Nissa Hanifah

Digitized by ...

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	17
A. Kajian Pustaka.....	17
B. Landasan Teori.....	41
1. Pemasaran.....	41
2. Merek.....	42
3. Periklanan dalam Perspektif Islam.....	42
4. <i>Brand Ambassador</i>	45
5. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	47

6. Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	48
7. <i>Brand Image</i>	49
8. Perilaku Konsumen Muslim.....	53
9. Keputusan Pembelian	57
10. Faktor- Faktor Keputusan Pembelian.....	61
11. Proses Pengambilan Keputusan.....	62
12. <i>Halal Cosmetics Product</i>	64
C. Kerangka Berfikir.....	68
D. Perumusan Hipotesis	68
BAB III.....	72
METODE PENELITIAN	72
A. Jenis Penelitian.....	72
B. Populasi Dan Sampel	72
1. Populasi	72
2. Sampel	73
C. Teknik Pengumpulan Data.....	75
1. Kuesioner.....	76
2. Skala <i>Likert</i>	76
D. Jenis Dan Sumber Data	77
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	77
1. Variabel Bebas (variabel <i>independent</i>)	78
2. Variabel terikat (variabel <i>dependent</i>).....	78
F. Teknik Analisis Data.....	87
1. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	88
2. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	91
BAB IV.....	92
HASIL DAN PEMBAHASAN	92
A. Gambaran Objek Penelitian	92
1. Profil Singkat Scarlett Whitening.....	92
2. <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> Scarlett Whitening	93
B. Deskripsi Responden.....	94

1. Jenis Kelamin	94
2. Usia.....	95
3. Asal Universitas.....	95
C. Hasil Pengujian Menggunakan PLS.....	96
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	96
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	107
D. Hasil Pengujian Hipotesis	111
E. Pembahasan.....	113
1. Pengaruh <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	114
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	118
3. Pengaruh <i>Brand ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	121
BAB V.....	126
PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>The Global Islamic Economy</i>	2
Gambar 1. 2 Penjualan Scarlett Whitening	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	68
Gambar 4. 1 Uji PLS Algorithm	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Bebas (X)	79
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Terikat (Y).....	83
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	95
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Asal Universitas	95
Tabel 4. 4 <i>Loading factor</i>	97
Tabel 4. 5 <i>Loading Factor</i> Setelah Revisi	99
Tabel 4. 6 <i>Loading Factor</i> Setelah Revisi Ke 2.....	101
Tabel 4. 7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	103
Tabel 4. 8 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	104
Tabel 4. 9 <i>Cross Loading</i>	104
Tabel 4. 10 <i>Construct Reliability and Validity</i>	106
Tabel 4. 11 <i>R-Square</i>	107
Tabel 4. 12 <i>Fit Summary</i>	107
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficients</i>	108
Tabel 4. 14 <i>Path Coefficients (Basic Bootstrapping)</i>	110
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients (Complete Bootstrapping)</i>	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	137
Lampiran 2 Data Responden.....	144
Lampiran 3 Data Jawaban Responden	149
Lampiran 4 <i>Mean, Median, Standar Deviasi</i> Jawaban Responden	159
Lampiran 5 Pedoman Transliterasi Arab-Latin.....	160
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	165