

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MEREK, CITRA MEREK**  
**HALAL, KEPUASAN MEREK HALAL, KEPERCAYAAN**  
**MEREK HALAL, LOYALITAS MEREK HALAL, DAN MINAT**  
**BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK**  
**EMINA**



**DISUSUN OLEH:**  
**NAMA : PUTRI PRASTYA NINGSIH**  
**NPM : 115160458**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT**  
**GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

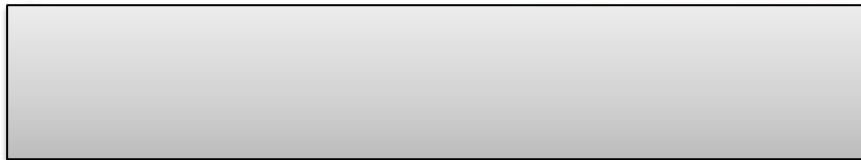
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**

**2020**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Putri Prasetya Ningsih  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160458  
Program Studi : Ekonomi Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 15 Juli 2020



Putri Prasetya Ningsih

**Catatan:**

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : PUTRI PRASTYA NINGSIH  
NO. MAHASISWA : 115160458  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MEREK, CITRA MEREK HALAL, KEPUASAN MEREK HALAL, KEPERCAYAAN MEREK HALAL, LOYALITAS MEREK HALAL, DAN MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK EMINA

Jakarta, 28 Juli 2020

Pembimbing,



Herlina Budiono, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Prastya Ningsih

NIM : 115160458

Program Studi : Manajemen

**Judul Skripsi**

Pengaruh Persepsi Kualitas Merek, Citra Merek Halal, Kepuasan Merek Halal, Kepercayaan Merek Halal, Loyalitas Merek Halal, dan Minat Beli Merek Terhadap Produk Kosmetik Emina.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 20 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Cokki, S.E., M.M.
2. Anggota : Herlina Budiono, S.E., M.M.  
Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU

Jakarta, 28 Juli 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

## ***ABSTRACT***

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

- (A) PUTRI PRASTYA NINGSIH (115160458)
- (B) *THE EFFECT OF BRAND PERCEIVED QUALITY, HALAL BRAND IMAGE, HALAL BRAND SATISFACTION, HALAL BRAND TRUST, HALAL BRAND LOYALTY, AND PURCHASE INTENTION ON EMINA COSMETICS PRODUCT*
- (C) xv +103 pages, 32 tables, 6 pictures, 10 attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) ***Abstract:** The purpose of this study is to examine whether 1) brand perceived quality can effect halal brand image, halal brand satisfaction, brand purchase intention, halal brand trust, and halal brand loyalty of Emina's cosmetic brand, 2) halal brand image, halal brand satisfaction, halal brand trust, and halal brand loyalty can effect brand purchase intention of Emina's cosmetic brand. Sample was selected using purposive sampling method amount to 100 respondents who are muslim by handing out a questionnaire online, the data is processed using smartPLS-SEM. The result of this study indicate that brand perceived quality might affect halal brand image, halal brand satisfaction, halal brand trust, and halal brand loyalty. Brand perceived quality, halal brand image, and halal brand satisfaction can't affect brand purchase intention. halal brand trust, and halal brand loyalty might affect brand purchase intention.*
- (F) *Brand Perceived Quality, Halal Brand Image, Halal Brand Satisfaction, Halal Brand Trust, Halal Brand Loyalty, Brand Purchase Intention*
- (G) *References 87 (1975-2020)*
- (H) Herlina Budiono, S.E., M.M.

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

- (A) PUTRI PRASTYA NINGSIH (115160458)
- (B) PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MEREK, CITRA MEREK HALAL, KEPUASAN MEREK HALAL, KEPERCAYAAN MEREK HALAL, LOYALITAS MEREK HALAL, DAN MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK EMINA
- (C) xv +103 Halaman, 32 tabel, 6 gambar, 10 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah 1) persepsi kualitas merek dapat memengaruhi citra merek halal, kepuasan merek halal, minat beli merek, kepercayaan merek halal, dan loyalitas merek halal produk kosmetik Emina, 2) citra merek halal, kepuasan merek halal, kepercayaan merek halal, dan loyalitas merek halal dapat memengaruhi minat beli merek produk kosmetik Emina. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* berjumlah 100 responden yang beragama Islam, dengan menyebarkan kuesioner secara *online* data kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas merek dapat memengaruhi citra merek halal, kepuasan merek halal, kepercayaan merek halal, dan loyalitas merek halal. Persepsi kualitas merek, cita merek halal, dan kepuasan merek halal tidak dapat memengaruhi minat beli merek. Kepercayaan merek halal dan loyalitas merek halal dapat memengaruhi minat beli merek.
- (F) Persepsi Kualitas Merek, Citra Merek Halal, Kepuasan Merek Halal, Kepercayaan Merek Halal, Loyalitas Merek Halal, Minat Beli Merek.
- (G) Daftar Acuan 87 acuan (1975-2020)
- (H) Herlina Budiono, S.E., M.M.