

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LABELISASI HALAL
TERHADAP MINAT BELI PRODUK PEMBALUT
MEREK SOFTEX DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh :

PUTRI HAFIZAH

1810011211140

*Dianjurkan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Putri Hafizah

Npm : 1810011211140

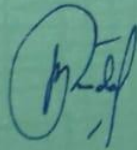
Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Labelisasi Halai Terhadap Minat Beli Pembahut Merek Softex di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Rabu, 26 Juli 2022.

Pembimbing



Irda, S.E., M.A

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Emi Febrina Harahap, SE., M.Si

PENGARUH *BRAND IMAGE*, DAN LABELISALI HALAL TERHADAP MINAT BELI PEMBALUT MREK SOFTEX DI KOTA PADANG

Putri Hafizah¹ , Ird, SE.,M.A² Jurusan Manajemen,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : putrihafizah040@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan labelisasi halal terhadap minat pembelian produk pembalut merek softex. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang ingin membeli pembalut merek softex di kota Padang yang berjumlah sebanyak 60 responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah PLS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi:

Measurement Model Assessment , Analisis Deskriptif, R Square, dan Structural Model Assessment. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Brand Image berpengaruh terhadap Minat beli konsumen pembalut di kota padang. Label halal berpengaruh positif terhadap Minat beli konsumen pembalut merek softex di Kota Padang.

Kata kunci: *brand image*, label halal, minat beli

THE INFLUENCE BRAND IMAGE AND HALAL LABELIZATION ON INTEREST IN BUYING SOFTEX BRAND SANITARY IN PADANG CITY

Putri Hafizah¹, Irda, SE.,M.A²,

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta

University E-mail : Putrihafizah040@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and halal labeling on buying interest in softex brand sanitary napkins. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and sample used in this study were 60 respondents who wanted to buy Softex brand sanitary napkins in the city of Padang. The data analysis method in this research is PLS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, and Structural Model Assessment. From the test results, it can be concluded that Brand Image has an effect on consumer buying interest in sanitary napkins in the city of Padang. Halal labels have a positive effect on consumer buying interest in softex brand sanitary napkins in the city of Padang.

Key words : brand image, halal label ,buying interest

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN LITERATUR	
2.1 Minat Beli	10
2.1.1 Pengertian Minat Beli	10
2.1.1.2 Pentingnya Minat Beli	12
2.1.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	14
2.1.2 BrandImage	15
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	15
2.1.2.2 Faktor Faktor yang mempengaruhi Penetapan Brand Image.....	16
2.1.3 Labelisasi Halal	17
2.1.3.1 Pengertian Label Halal.....	17

2.1.3.2 Faktor Faktor yang mempengaruhi Label Halal	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Pembelia.....	19
2.2.2 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Pembelian	21
2.3 Kerangka Konseptual	21

BAB III METODE PENGUMPULAN DATA

3.1 Objek Penelitian	23
3.2. Jenis Penelitian	23
3.3 Populasi dan sampel penelitian	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3.4 Tekni Pengumpulan Data.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1 Jenis Data.....	25
3.4.2 Sumber Data	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5.1 Kuesioner	26
3.6 Devinisi Operasional Variabel	26
3.6.1 Variabel Dependen	27
3.6.1.1Minat Beli(Y).....	27
3.6.1.2 Indikator Minat beli.....	27
3.6.2 Variabel Indipenden.....	27

3.6.2.1. Brand Image (X1)	28
3.6.2.2 Indikator Brand image	28
3.6.Labelisasi Halal (X2)	28
3.6.1.1Indikator Label Halal	29
3.7 Pengukuran Instrumen	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 <i>Partial Least Square</i>	30
3.8.1.1 <i>Measurement Model Assesement</i>	30
3.9.1.2 Analisis Deskriptif	31
3.5.2.3 R Square dan Q square	34
3.9.2.4 Structural Model Assesement	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1Deskriptif Umum Responden.....	36
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2 Teknik Analisis Data	39
4.2.1 Measurement Model Assessment	39
4.2.2 <i>Convergent Validity</i>	39
4.2.3 <i>Discriminat Validity</i>	45
4.3.1 Analisis Deskriptif	47
4.3.2.1 Minat Beli.....	47
4.3.2.2 Brand Image	48
4.3.2.3 Label Halal	49
4.4 <i>R-Square</i>	51

4.5 <i>Structural Model Assessment</i>	52
4.5.1 Pembahasan	53
4.5.1.1 Pengaruh brand image terhadap minat beli	53
4.5.1.2 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.....	54

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56