

LABEL HALAL TERHADAP CITRA MEREK PADA SALAH SATU PRODUK KOSMETIK

Penulis:
Lia Meilani Agustina

Pembimbing:
Dr. Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran Label Halal dan Citra Merek serta untuk mengetahui sebesar besar pengaruh Label Halal terhadap Citra Merek.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah Kosmetik. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana pada taraf signifikansi sebesar 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.23.00*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan citra merek menunjukkan kategori baik pada salah satu produk kosmetik halal ini. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh terhadap Citra Merek. Besarnya pengaruh Label Halal terhadap Citra Merek yaitu sebesar 30,5% sedangkan sisanya sebesar 69,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Jadi semakin kuat dengan adanya Label Halal, maka semakin kuat Citra merek pada sebuah produk.

Kata Kunci : Label Halal dan Citra Merek.

HALAL LABELS ON BRAND IMAGE ON ONE OF COSMETIC PRODUCTS

Written by:

Lia Meilani Agustina

Preceptor:

Dr. Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRACT

This study aims to find out how the picture of Halal Label and Brand Image is as well as to find out as much as the influence of Halal Label on Brand Image.

The research method used in this research is descriptive and verification method. The population in this study are Wardah Cosmetics consumers. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling technique with purposive sampling technique, while the number of samples in this study amounted to 100 respondents. While the analytical method used in this study is simple linear regression analysis at a significance level of 5%. The program used in analyzing data uses Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 23.00.

Based on the results of the study showed that the halal label and brand image showed a good category on one of these halal cosmetic products. In addition, the results of the study also show that Halal Labels influence the Brand Image. The magnitude of the effect of the Halal Label on Brand Image is 30.5% while the remaining 69.5% is explained by other variables outside the research model. So the stronger the Halal Label is, the stronger the brand image of a product.

Keywords: Halal Label and Brand Image.