

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening antara Label Halal, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Berlabel Halal Ms Glow pada Konsumen di Tulungagung” ditulis oleh Bayu Alassy Syarief Fateh, Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I, dan Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan produk kosmetik halal yang berkembang sangat pesat, hampir semua orang beranggapan bahwa kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari karena secara ilmiah wanita ingin selalu tampil cantik dan menarik. Disisi lain semakin banyak nya kompetitor yang berinovasi membuat produk kosmetik halal menjadi sangat bervariasi. Sehingga penelitian ini bagaimana loyalitas konsumen dibuat dan bagaimana mereka mencari suatu produk. Selain itu, pemahaman perilaku ini membantu pemasar untuk mengetahui apa, di mana, kapan, bagaimana dan mengapa konsumsi produk. Loyalitas konsumen tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai atribut produk termasuk label halal, kualitas produk dan keputusan pembelian sebelum membeli produk melalui kepuasan. Jika suatu perusahaan dapat meraih loyalitas konsumen maka jumlah konsumennya perusahaan meningkat.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen produk kosmetik berlabel halal Ms Glow di Tulungagung. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan data Primer. Teknik yang dipakai adalah *probability Sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sample yaitu *simple random sampling*. Data responden ditentukan dengan rumus lovin dan didapatkan sampel sebanyak 187 responden. Tahap selanjutnya, data diuji dengan Uji instrumen data, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan persamaan I : $Z = 0,414 X_1 + 0,283 X_2 + 0,198 X_3$, Dari persamaan tersebut diketahui bahwa X_1 berpengaruh paling besar terhadap Z (Kepuasan Konsumen), kemudian pada uji *sobel*/tidak langsung didapatkan persamaan II : $Y = 0,201 X_1 + 0,191 X_2 + 0,196 X_2 + 0,335 Z$, Dari persamaan tersebut diketahui bahwa Z (Kepuasan Konsumen) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian pada uji koefisien determinasi (R^2) didapatkan hasil perhitungan ketetapan model sebesar 86,07%, menjelaskan hubungan struktural dari keempat variabel yang diteliti adalah sebesar 86,07%.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen, Path Analisis.

ABSTRACT

Thesis with the title "Consumer Satisfaction as an Intervening Variable between Halal Labels, Product Quality and Purchase Decisions on Consumer Loyalty of Halal Labeled Cosmetic Products Ms Glow to Consumers in Tulungagung" was written by Bayu Alassy Syarief Fateh, Master of Islamic Economics Postgraduate at Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung guided by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I, and Dr. Muhammad Aswad, M.A

This research is motivated by the development of halal cosmetic products which are growing very rapidly, almost everyone assumes that cosmetics are a daily necessity because scientifically women want to always look beautiful and attractive. On the other hand, more and more competitors are innovating to make halal cosmetic products very varied. So this research is how consumer loyalty is made and how they look for a product. In addition, understanding this behavior helps marketers to know the what, where, when, how and why of product consumption. This consumer loyalty can be realized by various product attributes including halal labels, product quality and purchase decisions before buying products through satisfaction. If a company can achieve consumer loyalty, the number of company consumers will increase.

The purpose of this study was to analyze the effect of halal labeling, product quality and purchasing decisions on loyalty through consumer satisfaction of cosmetic products labeled halal Ms Glow in Tulungagung. This research approach is quantitative with descriptive research type using primary data. The technique used is probability sampling by using a sampling technique that is simple random sampling. Respondent data was determined using the Lovin formula and obtained a sample of 187 respondents. The next stage, the data is tested with data instrument test, Classical Assumption Test, Hypothesis Testing and Coefficient of Determination Test.

Based on the research results obtained equation I: $Z = 0.414 X1 + 0.283 X2 + 0.198 X3$, From this equation it is known that $X1$ has the greatest effect on Z (Consumer Satisfaction), then in the Sobel/indirect test, equation II is obtained: $Y = 0.201 X1 + 0.191 X2 + 0.196 X2 + 0.335 Z$, From this equation it is known that Z (Consumer Satisfaction) has a significant effect on consumer loyalty. Then in the coefficient of determination test (R^2), the calculation result of the model determination is 86.07%, explaining the structural relationship of the four variables studied is 86.07%.

Keywords: *Halal Label, Product Quality, Purchase Decision, Consumer Loyalty, Path Analysis.*