

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya, penulis diberi kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Solawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Alhamdulillah, penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai waktu yang diinginkan. Semuanya tidak lepas dari usaha, perjuangan, dorongan dari semua pihak, dan tentunya do'a serta tawakal kepada sang Pencipta. Maka untuk itu, pada kesempatan ini, Penulis sangat perlu untuk menghaturkan dan mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak terkait yang dengan begitu ikhlasnya telah membantu penulis dalam memperlancar Skripsi ini. Rasa terima kasih yang sangat dalam penulis haturkan kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Ibu Trimamah, S. Sos, M.Si.
2. Dosen Pembimbing Mubarak, S.Sos, M.Si dan Trimamah, S.Sos, M.Si. yang telah memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Dosen-dosen fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan banyak ilmunya serta kesabaran dalam membimbing mahasiswanya.
4. Pihak outlet Laress Tlogosari Semarang yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.

5. Terimakasih untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Taufik Rachman, Bc. IP, SH dan Ibu Masliani yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa yang tiada henti. Terimakasih juga untuk adikku Fahrizal Aditya Rachman yang selalu memberi semangat kakaknya disaat mengalami kelelahan dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih untuk kasih sayang kalian, kalian adalah alasanku untuk terus berjuang hingga akhir hayat.
6. Terimakasih untuk teman-temanku Kalimantan yang selalu menjadi pendengar yang baik, sudah mau meluangkan waktunya yang super sibuk untuk membantu saat penulis menghadapi kesulitan dalam proses penyelesaian skripsi.
7. FIKOM 2012: Terimakasih juga untuk semua temen – temen fikom 2012 Gutri, yulyfatun, haifa, adis, sinta, riska, mba titis, dela, lisa, mayang, hanifah, wiwik, raras, zalfa, anggun, inten, nindi, aulia, dinda, rival, amar, david, fadzil, umar, alwani, aan, erik, helan, radit, seto, adi, zarkasyi, zulkang, ilham.
8. KOST TIGA DARA: Terimakasih untuk Isni, Noni, Kina, Rina dan semua anak kost Tiga dara yang namanya belum disebutkan , menyenangkan, heboh dan selalu bisa bikin kost terasa adem dengan lantunan ayat ayat suci Al Qur'an.
9. Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, mohon maaf apabila tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala doa baik diijabah dan menjadi baik untuk kita semua Amin Ya Rabbal Alamin.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan dan peningkatan kualitas ilmu pengetahuan dibidang komunikasi organisasi.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Semarang, 27September 2016

Penulis

Anita Ayu Rachmawati

31001200126

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikasi Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3.Manfaat Sosial	7
1.5 Kerangka Teori	8
1.5.1 Paradigma Penelitian	8
1.5.2 State of The Art.....	9
1.5.3 Landasan Teori	12
1.5.4 Variabel Penelitian	21
1.6 Hipotesis Penelitian	22
1.7 Definisi Konseptual dan Operasional	23
1.7.1 Definisi Konseptual	23
1.7.2 Definisi Operasional	24
1.8 Metodologi Penelitian	25
1.8.1 Tipe Penelitian	25
1.8.2 Populasi dan Sampel	26
1.8.3 Teknik Sampling	27

1.8.4 Sumber Data	27
1.8.5 Skala Pengukuran	28
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data	29
1.8.7 Teknik Pengolahan Data	30
1.8.8 Analisis Data	31
1.8.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
1.9 Batasan Penelitian	33
BAB II. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
2.1. Sejarah Wardah	34
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	36
2.2.1 Visi Perusahaan.....	36
2.2.2 Misi Perusahaan	37
2.3. Struktur Perusahaan	38
2.4. Penetrasi, Segmentasi, dan Targeting	39
2.4.1 Penetrasi Pasar..	39
2.4.2 Segmentasi Pemasaran.....	41
2.4.3 Targeting Produk	45
2.5. Produk Wardah	46
2.6. Lokasi Kantor Pusat Wardah..	46
2.6.1 Profil outlet Laress Tlogosari Semarang.....	47
BAB III. TEMUAN PENELITIAN	
3.1. Respon Rate Kuesioner	48
3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
3.3. Tabel Silang	70
3.3.1 Variabel Brand Awareness	71
3.3.2 Variabel Keyakinan Label Halal	72
3.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	73
BAB IV. UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1. Uji Validitas	76
4.2. Uji Reliabilitas	77
4.3. Uji Asumsi Klasik	78

4.3.1. Uji Normalitas.....	78
4.3.2. Uji Multikolinearitas	80
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	82
4.4. Analisis Regresi Berganda	83
4.5. Uji Hipotesis	84
4.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	84
4.5.2 Koefisien Determinasi (R ²)	85
4.5.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	86
4.4. Pembahasan	88
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkatan Brand Awareness	14
Gambar 1.2 Kerangka Empiris	22
Gambar 2.1 Struktur Organisasi	38
Gambar 4.3 Pengujian Normalitas	79
Gambar 4.5 Pengujian Heteroskedastisitas	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 3.2	Persentase Responden yang menyatakan Wardah merek yang pertama kali muncul dalam benak konsumen.....	50
Tabel 3.3	Persentase Responden yang menyatakan bahwa ikon (duta) produk Wardah saat ini	51
Tabel 3.4	Persentase Responden yang menyatakan Wardah merupakan kosmetik yang disukai orang	52
Tabel 3.5	Persentase Responden yang menyatakan bahwa mengetahui model/tipe produk Wardah	53
Tabel 3.6	Persentase Responden yang menyatakan bahwa mengetahui Logo Wardah pada kemasan produk.	54
Tabel 3.7	Persentase Responden yang menyatakan jika ada macam produk lain, dapat mempengaruhi dalam memilih produk.....	55
Tabel 3.8	Persentase Responden yang tidak mengetahui kosmetik Wardah sebelum dirangsang dengan model/tipe produk.....	56
Tabel 3.9	Persentase Responden yang menyatakan bahwa selalu Memperhatikanadanya logo Halal di dalamkemasanproduk	57
Tabel 3.10	Persentase Responden yang menyatakan bahwa tulisan Halal membantu konsumen mengidentifikasiproduk sebelummembelikosmetik	58
Tabel 3.11	Persentase Responden yang menyatakan bahwa tulisan Halal di kemasan terbaca dengan jelas	59
Tabel 3.12	Persentase Responden yang menyatakan bahwa label Halal di - kemasan memberikan informasi&keyakinan tentang mutu produk.....	60
Tabel 3.13	Persentase Responden yang menyatakan bahwa yakin kosmetik Wardah mengenakan bahan baku yang halal.....	61
Tabel 3.14	Persentase Responden yang menyatakan bahwa yakin kosmetik Wardah menggunakan proses produksi yang halal.....	62

Tabel 3.15	Persentase Responden yang menyatakan bahwa yakin untuk membeli produk Wardah di Laress.....	63
Tabel 3.16	Persentase Responden yang menyatakan bahwa tidak yakin untuk membeli produk Wardah di Laress	64
Tabel 3.17	Persentase Responden yang menyatakan bahwa selalu memperhatikan merek sebelum melakukan pembelian.....	65
Tabel 3.18	Persentase Responden yang menyatakan bahwa berbagai informasi&pertimbangan terhadap suatu produk akan membantu konsumen dalam melakukan pembelian.....	66
Tabel 3.19	Persentase Responden yang menyatakan membutuhkan produk tersebut	67
Tabel 3.20	Persentase Responden yang menyatakan bahwa membeli produk untuk memenuhi keinginannya	68
Tabel 3.21	Persentase Responden yang menyatakan bahwa mempertimbangkan harga sebelum membeli produk.....	69
Tabel 3.22	Interval Brand Awareness	70
Tabel 3.23	Interval Keyakinan Label Halal.....	70
Tabel 3.24	Interval Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 3.25	Tabel Silang X1 ke Y & X2 ke Y.....	74
Tabel 4.1	Pengujian Validitas.....	76
Tabel 4.2	Pengujian Reliabilitas	78
Tabel 4.3	Uji Asumsi Klasik	78
Tabel 4.4	Analisis Regresi Berganda	83
Tabel 4.5	Uji Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

Lampiran 4 Output SPSS 16