

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI  
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK  
BERJILBAB TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL  
WARDAH”  
(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)**



Skripsi Oleh  
**MELLY ANDRIANI**  
**01011181419241**  
**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana  
Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN**

**TINGGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF**

**JUDUL SKRIPSI**

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI  
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB  
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”**

**(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)**

Disusun Oleh :

Nama : Melly Andriani  
NIM : 01011181419241  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing  
Ketua

Tanggal :

15 Maret 2018



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 195707141984031005

Anggota

Tanggal :

15 Maret 2018



Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP 197407102008011011

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**JUDUL SKRIPSI**

**“ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI  
MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB  
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”  
(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)**

Disusun oleh :

Nama : Melly Andriani  
NIM : 01011181419241  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 21 Maret 2018, dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Seminar Komprehensif  
Indralaya, 21 Maret 2018

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 195707141984031005

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP 197407102008011011

Anggota



Drs. H. A. Widad, M.Sc  
NIP 195512281981021002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP195707141984031005

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Melly Andriani  
NIM : 01011181419241  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI MUSLIM  
BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB  
TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH(Studi Kasus :  
Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya).**

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M  
Tanggal Ujian : 21 Maret 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat yang sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 21 Maret 2018

Pembuat pernyataan



Melly Andriani  
01011181419241

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

طَالِبُ الْعِلْمِ : طَالِبُ الْبِحَمَةِ ، طَالِبُ الْمِلْمِ : رُنُّنُ الْإِسْتِمْ وَيُعْطَى أَجْرُهُ مَعَ النَّبِيِّنَّ

**“Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat : orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang diberikan kepadanya sama dengan para Nabi”.**

**( HR. Dailani dari Anas r.a )**

**"Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua." (Aristoteles)**

Selama kau masih melihat dengan matamu.

dan mendengar dengan teligamu.

Kamu mudah dibodohi.

Melihat dan mendengarlah dengan "ILMU"

(Gusdur)

*Dengan mengucapkan alhamdulillah,*

*Kupersembahkan skripsi ini untuk:*

*Kedua Orang Tuaku Tercinta*

*Adik Tersayang Marsella*

*Sahabat dan Teman*

*Keluarga Besarku*

*Almamaterku*

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama Mahasiswa : Melly Andriani  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Bolenglang, 10 Mei 1996  
Agama : Islam  
Status : Belum Kawin  
Alamat Asal : Gg. Rambai, Kp. 16, Ds. Bungamas, Kec. Kikim Timur, Kab. Lahat. Handphone : 085238993511  
Email : mellyandriani99@gmail.com

### **PENDIDIKAN FORMAL**

<b>Level</b>	<b>Nama</b>	<b>Tahun</b>
SD	SDN 03 Bungamas	2002-2008
SMP	MTs PP. Abdur Rohman	2008-2011
SMA	MA AL-AMAN Cimanggu	2011-2014

### **PENGALAMAN ORGANISASI DAN EKSTRAKURIKULER**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tahun</b>
1	Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama	Bendahara II	2015-2016
2	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	Kestari	2015-2016
3	Ikatan Mahasiswa Manajemen	Anggota	2014-2015
4	Keluarga Mahasiswa Kikim Area	Anggota	2014-2018
5	Hadroh Swijaya Mustafa	Anggota	2016-2018

**PENGALAMAN PELATIHAN**

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	KULIAH UMUM “Digital Marketing”	Universitas Sriwijaya	2015
2	ESQ Leadership Training	Universitas Sriwijaya	2015

**PENGALAMAN SEMINAR**

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Workshop Prestasi “Bisakah aku keliling Dunia”	UKM U-READ	2015

**PENGALAMAN KEPANITIAAN**

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Aswaja Youth Camp (AYC)	KMNU Unsri	2015-2017
2	Rapat Kerja KMNU	KMNU Unsri	2017
3	Syuro’ Akbar (SA)	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	2015
5	UIF (Ukhuwah Islamic Fair)	Badan Otonom Ukhuwah FE UNSRI	2016

**PENGALAMAN PERLOMBAAN**

No	Nama	Penyelenggara	Tahun
1	Juara 1 Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Universitas Sriwijaya	Universitas Sriwijaya	2014
2	Peserta Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Nasional di Universitas Indonesia	RISTEKDIKTI	2015
3	Juara 1 Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Universitas Sriwijaya	Universitas Sriwijaya	2016
4	Peserta Syarhil Qur’an pada MTQ tingkat Nasional di Universitas Brawijaya & Universitas Negeri Malang	RISTEKDIKTI	2017

5	Juara 2 Da'i/Da'iah pada Islamic Festival tingkat Kota Palembang	Fakultas Kedokteran Unsri	2015
6	Juara 2 MMIQ Wanita pada MTQ tingkat Kota Palembang	Kota Palembang	2017

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil‘alamin. Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Perbedaan Terhadap Persepsi Mahasiswi Muslim Berjilbab dan Mahasiswi Muslim Tidak Berjilbab Terhadap Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Kasus: Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, atas segala kekurangan dan ketidak sempurnaan penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan dorongan serta do’a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Allahhumma Aamiin.

Inderalaya, 21 Maret 2018

Melly Andriani  
0101181419241

## UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai masalah dan kendala. Masalah dan kendala tersebut dapat diatasi berkat do'a, semangat dan bimbingan dari semua pihak. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan banyak ucapan rasa terimakasih kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, M.S.C.E.**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. **Bapak Prof. Taufik S.E.,M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
4. **Bapak Welly Nailis, S.E., M.M.**, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya
5. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.**, selaku pembimbing 1 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. **Bapak Welly Nailis, S.E.,M.M.**,selaku pembimbing 2 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. **Bapak Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.**, selaku penguji dalam ujian seminar proposal dan bapak **Drs. H. A. Widad, M.Sc** selaku penguji koprehensif yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi** Universitas Sriwijaya Terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada saya semoga menjadi amal jariyah bagi bapak ibu dan semoga ilmu yang saya dapat senantiasa bermanfaat.
9. **Seluruh Staff Akademik, Staff Jurusan Manajemen, Staff Perpustakaan,** Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijayayang rela mengorbankan tenaga demi membantu kegiatan belajar mengajar selama

periode perkuliahan, juga berkenan menyiapkan dengan cepat tanggap keperluan akademik dari awal hingga akhir.

10. **Ayahanda Sudajat dan Ibunda Masnun Kardiana** terimakasih atas dukungan material, serta limpahan do'a kalian, juga cinta dan kasih sayang kalian yang luar biasa dalam membimbing anakmu ini dalam menyelesaikan studi juga mencapai cita-cita.
11. **Adik satu-satunya yang paling disayangi Marsella**, dalam ocehan kecil yang selalu jadi rame, terima kasih telah memberi teteh semangat dalam menyelesaikan masa studi ini.
12. **Seluruh Keluarga Besar Saya yang di pulau Jawa dan Sumatera** yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material, juga telah mendo'akan kelancara penelitian ini.
13. **Guru-guruku dari SDN Negla & SDN 03 Bungamas, MTs PPAR, MA Al-Aman, juga PP RTQ Cimanggu**, mereka telah memberikan bimbingan juga do'a restu kepada penulis, sehingga ilmu yang telah diperoleh dari mereka dapat berguna bagi penulis.
14. **Seluruh sahabat Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, Uswatun I, Reni A, Puteri J, serta rekan-rekan perjuangan lainnya terkhusus sahabat seperjuangan konsentrasi Manajemen Pemasaran yang tak cukup dituliskan satu persatu Mereka telah banyak memberikan dukungan dan saran kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
15. **Sahabat organisasi KMNU, KMKA Unsri, BO Ukhuwah**, serta organisasi lainnya.
16. **Teman-teman satu asrama dan apartemen** Desi R, Reni A, Lia A, Arda, Sari, Aptrida, Meriwidya, Yoshi, Dek Mudrikah, Dek Laily dan juga teman teman lainnya yang tidak cukup dituliskan satu persatu yang senantiasa menjadi penghibur di saat proses pengerjaan skripsi.
17. **Terspesial** terimakasih kepada sahabat-sahabat jarak jauh Resa A, Nunung S, Elda F, Mey L.S, dan Septy Komala N.S, yang mendo'akan dan

memberi dukungan dengan senantiasa menyemangati penyelesaian skripsi ini.

18. **Semua pihak** yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan masukan yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga ketulusan serta bantuan dari semua pihak tersebut di atas kiranya mendapat balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Allahumma Aamiin.

Indralaya, 21Maret 2018

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Perumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3.Tujuan Penelitian .....	9
1.4.Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat Praktis .....	9
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	9
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Pengertian Persepsi .....	10
2.1.2. Dimensi Persepsi.....	10
2.1.3. Proses Persepsi .....	12
2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	13
2.1.5. Kosmetika Halal.....	14
2.1.3. Pengertian Sertifikat Halal .....	16
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17

2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
2.4. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	22
3.1.1. Subjek Penelitian.....	22
3.1.2. Objek Penelitian .....	22
3.1.3. Lokasi Penelitian.....	22
3.2. Desain Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5. Populasi dan Sampel .....	25
3.5.1. Populasi.....	25
3.5.2. Sampel .....	26
3.6. Instrumen Penelitian .....	27
3.7. Teknik Analisis Data .....	28
3.7.1. Uji Validitas .....	29
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	31
3.7.4. Uji Dua Sampel Bebas Mann-Whitney .....	32
3.7.5. <i>Analysis of variance</i> (ANOVA) .....	34
3.8. Definisi Operasional Variabel .....	35
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Kosmetik Wardah .....	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	38
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	39
4.1.4. Produk Kosmetik Wardah .....	39
4.1.5. Label Halal Produk Kosmetik Wardah.....	44
4.1.6. Kebijakan Halal Kosmetik Wardah .....	46
4.2. Hasil Instrumen Penelitian.....	47
4.2.1. Uji Validitas .....	47

4.2.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.3. Analisis Data Deskriptif .....	49
4.3.1. Jenis Produk Wardah Yang Digunakan.....	49
4.3.2. Pakaian Mahasiswi muslim .....	50
4.3.3. Fakultas.....	51
4.3.4. Rata-Rata Pengeluaran Perbulan .....	51
4.3.5. Analisis Prilaku Responden.....	52
4.3.5.1. Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	53
4.3.5.2. Perilaku Responden Berdasarkan Siapa Yang Mempengaruhinya Dalam Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	54
4.3.5.3. Perilaku Responden Berdasarkan Apa Pertimbangan Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	55
4.3.5.4. Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Pertamakali Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah .....	56
4.3.5.5. Perilaku Responden Berdasarkan Bagaimana Tanggapan Setelah Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah .....	58
4.4. Penilaian Responden.....	59
4.4.1. Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi.....	60
4.5. Hasil Analisis Data.....	62
4.5.1. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	62
4.5.2. Uji Dua Sampel Bebas Mann-Whitney .....	62
4.5.2. Uji Anova .....	66
4.6. Hasil Uji <i>Mann Whitney</i> : Mean Rank Pengeluaran Mahasiswi muslim .....	70
4.7. Implikasi Perusahaan .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran .....	74
5.3. Keterbatasan .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban Menggunakan Skala Likert .....	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk Wardah yang digunakan .....	49
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pakaian yang dipakai .....	50
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Fakultas .....	51
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan jumlah rata-rata pengeluaran .....	52
Tabel 4.7 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Mengapa Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	53
Tabel 4.8 Perilaku Responden Berdasarkan Siapa Yang Mempengaruhinya Dalam Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	54
Tabel 4.9 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Apa Pertimbangan Memilih Produk Kosmetik Halal Wardah .....	55
Tabel 4.10 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Kapan Pertamakali Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah .....	56
Tabel 4.11 Frekuensi Perilaku Responden Berdasarkan Bagaimana Tanggapan Setelah Memakai Produk Kosmetik Halal Wardah .....	58
Tabel 4.12 Interval Kelas Variabel.....	60
Tabel 4.13 Tabel Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi.....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas K-S .....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Mann Whitney</i> .....	58
Tabel 4.16 Hasil Mean Rank Mahasiswi Muslim .....	63
Tabel 4.17 Hasil <i>Descriptives</i> dan <i>Test of Homogeneity of Variances</i> .....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> .....	68
Tabel 4.19 Mean Rank Pengeluaran Mahasiswi Muslim .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Penduduk Indonesia Berdasarkan Sensus Penduduk 2010.....	1
Gambar 1.2 Produk Kosmetik Wanita Paling Populer di Indonesia Tahun 2016...	3
Gambar 1.3 Produk Wardah dengan Label Halal Resmi MUI .....	4
Gambar 2.1. Logo Sertifikat Halal MUI.....	17
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	39
Gambar 4.2 Kurva z tabel .....	65

## ABSTRAK

### “ANALISIS PERBEDAAN TERHADAP PERSEPSI MAHASISWI MUSLIM BERJILBAB DAN MAHASISWI MUSLIM TIDAK BERJILBAB TERHADAP PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH”

(Studi Kasus : Mahasiswi Muslim Di Universitas Sriwijaya)

Oleh :

**Melly Andriani**

**01011181419241**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan ada tidak perbedaan persepsi antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah. Metode penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner pada Mahasiswi muslim di Universitas Sriwijaya. Sampel penelitian ditentukan secara *purposive sampling* dengan kriteria Mahasiswi muslim yang berjilbab dan tidak berjilbab dan memakai produk Wardah. Uji Validitas menggunakan Korelasi *Product Moment*, Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dan Uji Normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnov. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji non parametrik (Mann-Whitney U Test). Hasil penelitian menunjukkan nilai p lebih besar dari 0,05 ( $0,253 > 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, dan z hitung juga terletak di daerah  $H_0$  diterima dengan nilai  $-1,45 < 0,05$  bahwa tidak terdapat perbedaan antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah.

**Kata kunci: Persepsi, Mahasiswi Muslim, Produk Wardah**

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP 197407102008011011

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

**ABSTRACT**

***"Analysis Difference Of Perception Muslim Students Veiled And Muslim Students Unveiled Of Cosmetic Products Halal Wardah"***  
***(Case Study: Student Muslim at Sriwijaya University)***

By:

**Melly Andriani**

**01011181419241**

*This reseach aims to prove there is no difference in perception between the student Muslim headscarves and female students Muslims are not veiled against Wardah halal cosmeticproducts. The research method is done by distributing questionnaires on Muslim student at Sriwijaya University. The research sample is determined by purposive sampling with criteria veiled Muslim student and wear headscarves Wardah product. Validity using Correlation Product Moment, test reliability using Cronbach Alpha, and using Kolmogrof Smirnov normality test. The statistical method used to test the hypothesis is a non-parametric test (Mann-Whitney U test). The results showed the value of p greater than 0.05 ( $0.253 > 0.05$ ), which means that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  accepted, and z-count is also located in the area of  $H_0$  received -1.45 value  $< 0.05$  that there is no difference between a Muslim student headscarf and unveiled Muslim student against Wardah halal cosmeticproducts.*

**Keywords: Perception, Student Muslim, Wardah Products**

Advisor I



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP.195707141984031005

Advisor I



Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP 197407102008011011

Chief of  
Management Departement



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP.195707141984031005

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1.Latar Belakang

Berdasarkan tingkat pertumbuhan populasi Indonesia pada tahun 2014 sebanyak 252 juta jiwa, pada tahun 2015 sebanyak 255 juta jiwa, pada tahun 2016 sebanyak 258 jiwa, pada tahun 2017 sebanyak 261 jiwa penduduk, dan pada tahun 2018 pertumbuhan populasi di Indonesia mencapai 265 juta jiwa (<https://www.bps.go.id>). Dapat dilihat pada gambar 1.1 Berdasarkan grafik tersebut populasi penduduk Indonesia dari tahun ketahun meningkat, dan dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk Indonesia naik kurang lebih 3 juta jiwa setiap tahunnya. Berikut adalah proyeksi penduduk Indonesia :

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Penduduk Indonesia Berdasarkan Sensus Penduduk 2010



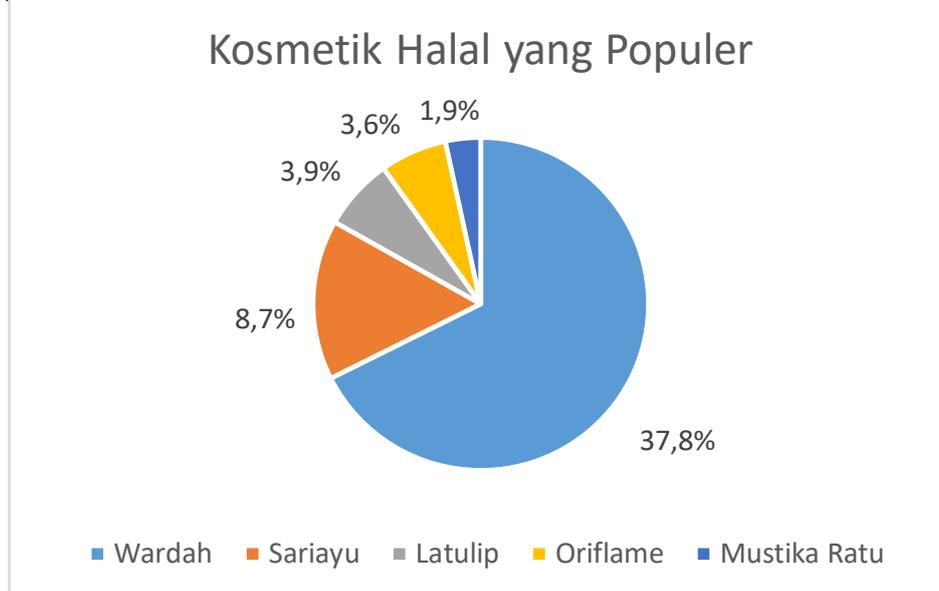
Sumber : (<https://www.bps.go.id>)

Dengan angka pertumbuhan yang cukup besar tersebut, maka Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi perusahaan kosmetik. Hal ini terbukti dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik. Saat ini terdapat 760 perusahaan kosmetik skala besar, menengah dan kecil yang tersebar di wilayah Indonesia. Peluang ke depannya, diperkirakan pasar produk kosmetik halal akan segera naik daun. Diprediksi pasar kosmetik halal global pada tahun 2014 lalu sebesar US\$20 juta atau Rp 26,26 triliun dan diperkirakan meningkat dua kali lipat pada tahun 2019 (<https://id.linkedin.com>).

Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto, pernah mengatakan bahwa prospek industri kosmetik di dalam negeri masih cukup potensial mengingat Indonesia memiliki beragam tanaman herbal yang secara turun-temurun sudah banyak digunakan baik untuk kesehatan maupun kecantikan. Hal ini merupakan suatu kekuatan jika dapat dimanfaatkan secara maksimal, terutama dalam mendorong pertumbuhan industri kosmetik dan perekonomian nasional.

Kosmetik halal saat ini populer di Indonesia. Dan salah satu merek kosmetik halal yang paling populer di Indonesia adalah Wardah (<https://kumparan.com>). Berikut beberapa kosmetik halal wanita yang populer di Indonesia :

Gambar 1.2 Produk Kosmetik Wanita Paling Populer di Indonesia Tahun 2016



Sumber : (<https://kumparan.com>)

Suatu produk yang populer akan menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan produk lain yang sejenis. Hal itulah yang terjadi pada produk kosmetik Wardah. Hasil survei *Frontier Consulting Group* menunjukkan bahwa beberapa produk merek Wardah (*Body Butter*, lipstik, lip gloss, blush on, eyeliner, BB Cream, bedak muka padat, dll) mampu menduduki posisi top brand pada tahun 2017. Top brand adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen (<http://www.topbrand-award.com>).

Seluruh produk Wardah yang berjumlah 200 macam telah mendapat sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kosmetik halal Wardah telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI dengan Nomor: 00150010680899 sejak tahun 1995. Berikut beberapa Produk Wardah dengan label halal resmi dari MUI:

Gambar 1.3 Produk Wardah dengan Label Halal Resmi MUI



Sumber : (<http://www.wardahbeauty.com>)

Label halal pada produk Wardah, dimaksudkan untuk memberikan informasi atau keterangan bahwa produk tersebut telah lulus uji kehalalan oleh LPPOM-MUI. Label halal MUI yang resmi tertera pada kemasan produk berupa tulisan halal dalam tulisan arab yang berada dalam lingkaran dengan dikelilingi tulisan Majelis Ulama Indonesia.

Dalam ajaran Islam kata “halal” diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih untuk dikonsumsi manusia. Allah telah menegaskan dalam penggalan QS. Al-Ma’idah ayat 3: “*Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah*”. Kata “memakan” berarti tidak hanya sesuatu yang dikonsumsi melalui mulut, namun juga mengkonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik (Shihab, 2012:15). Halal tidaknya suatu produk merupakan suatu hal yang paling mendasar bagi umat Islam.

Fatwa MUI nomor 26 Tahun 2013 juga mewanti-wanti: *“Produk kosmetika yang menggunakan bahan dari produk mikrobial yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya”*.

Menurut MUI (Majelis Ulama Indonesia) bahwa konsumen harus lebih selektif terhadap kehalalan suatu produk, hal tersebut dikarenakan produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan bahan berbahaya (merkuri, kosmetik berbahan gelatin hewani (babi), Bahan kimia yang berbahaya, alkohol dan lainnya). Terutama konsumen wanita yang setiap harinya selalu mengkonsumsi kosmetik untuk menambah rasa percaya diri dalam berpenampilan.

Bagi penganut agama Islam, penekanan penggunaan produk halal sebenarnya telah melekat dalam ajaran agama. Penegasan ini tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 173: *“Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi, barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”*.

Wardah didalam produknya memakai formula inovatif yang aman, halal, praktis, bahkan memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita. Sebagai kosmetika modern, kosmetik wardah diproduksi dengan formula yang aman dan halal, diciptakan untuk kenyamanan dan keamanan kullit wanita, seperti (<http://www.wardahbeauty.com/>):

- *Non-Comedogenic*, sehingga tidak menyumbat pori, tidak menimbulkan komedo dan jerawat.
- *Oil Control*, mencegah produksi minyak berlebih karena suhu panas.
- *UV Protection*, mencegah efek buruk sinar UV A dan B pada kulit.
- *Non Photosensitisasi*, tidak bereaksi terhadap cahaya karena zat pewarna yang digunakan aman

Hal tersebut senada dengan *Wardah Beauty Concept* yaitu :

- *Pure & Safe*: kosmetik Wardah dibuat dari bahan berkualitas dan terbukti aman serta halal,
- *Beauty Expert*: kosmetik Wardah diformulasikan oleh para ahli farmasi dan kecantikan yang menghadirkan produk berkualitas dengan inovasi terkini.
- *Inspiring Beauty*: kosmetik Wardah tidak hanya untuk tubuh akan tetapi juga untuk jiwa. Kosmetik Wardah mendorong setiap wanita untuk senantiasa percaya diri dan peduli terhadap sesama yang terkenal sebagai “kecantikan yang menginspirasi”.

Pengguna kosmetik halal, khususnya di kalangan mahasiswi yang menganut agama islam saat ini sedang tren. Dan dalam kenyataannya, mahasiswi muslim dari sudut cara berpakaian terbagi dalam dua kelompok: (1) mahasiswi muslim yang memakai jilbab dan (2) mahasiswi muslim yang tidak memakai jilbab.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan, terdapat persepsi bahwa: kelompok masyarakat non-muslim mempersepsikan kosmetik halal sebagai sesuatu yang baik dan aman. Penelitian dengan judul “Persepsi Kelompok Masyarakat Non-Muslim terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi

Deskriptif Kualitatif tentang Persepsi Komunitas Mahasiswa Kristen “Persekutuan Mahasiswa Kristen” FISIP UNS terhadap Produk Kosmetik Berlabel Halal)”, menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal berperan dalam pembentukan persepsi PMK FISIP UNS terhadap kosmetik berlabel halal. PMK FISIP UNS mempersepsikan kosmetik halal sebagai sesuatu yang baik dan aman. (Aceh, 2016).

Dari persoalan tersebut, terlihat bahwa mahasiswi non-muslim mempersepsikan bahwa kosmetik halal itu baik dan aman untuk digunakan. Namun, belum ada penelitian ataupun pendapat ahli yang mengangkat tentang bagaimana persepsi mahasiswi muslim yang berjilbab dan mahasiswi muslim yang tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal yang berlabel halal. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik akan topik tersebut.

Pada penelitian ini, akan diteliti mengenai persepsi mahasiswi muslim terhadap produk kosmetik halal di Universitas Sriwijaya. Persepsi merupakan suatu proses yang ditempuh seseorang untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka (Robbins, 2003:160).

Dengan meneliti tentang persepsi, maka perlu diketahui bahwa ada delapan dimensi persepsi seseorang terhadap kualitas produk, diantaranya: “dimensi kinerja produk (*performance*), dimensi keterandalan produk (*reliability*), dimensi fitur produk (*feature*), dimensi daya tahan (*durability*) dimensi kesesuaian (*Conformance*), dimensi kemampuan diperbaiki (*Service ability*), dan dimensi keindahan tampilan produk (*Aesthetic*), dan dimensi kualitas yang dirasakan

*(Perceived quality)*” (Garvin, 1988). Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya akan dapat diketahui bagaimana respon mahasiswa muslim yang berjilbab dan mahasiswa muslim yang tidak berjilbab di Universitas Sriwijaya tentang produk kosmetik halal Wardah yang diteliti.

Sasaran penelitian ini merupakan mahasiswa muslim Universitas Sriwijaya yang memakai produk Wardah. Karena, mahasiswa merupakan bagian di antara masyarakat luas dan menjadi pasar potensial untuk menjadi objek dalam riset pemasaran serta dapat mewakili pangsa pasar produk kosmetik Wardah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Analisis Perbedaan Terhadap Persepsi Mahasiswa Muslim Berjilbab dan Mahasiswa Muslim Tidak Berjilbab Terhadap Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Universitas Sriwijaya)”**.

## **1.2.Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah ada perbedaan persepsi antara mahasiswi muslim berjilbab dan mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah di Universitas Sriwijaya ?

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisa ada tidaknya perbedaan persepsi antara Mahasiswi muslim berjilbab dan Mahasiswi muslim tidak berjilbab terhadap produk kosmetik halal Wardah di Universitas Sriwijaya.

## **1.4.Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang sangat berguna dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.4.1.Manfaat Praktis**

Bagi pembaca penelitian ini bermanfaat sebagai referensi untuk mendapatkan informasi mengenai perbedaan persepsi mahasiswi muslim pada kosmetik halal wardah untuk penelitian selanjutnya. Khususnya pada perusahaan–perusahaan yang akan memasarkan produknya, penelitian ini dapat sebagai sumber informasi.

### **1.4.2.Manfaat Teoritis**

Bagi penulis penelitian ini berguna untuk menuangkan pengetahuan pemasaran yang telah diterima di kuliah khususnya yang berkaitan dengan persepsi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmad, Watik Pratiknya. (1991). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Arikunto, Suharsimi. (2004). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Bandung: Rineka Cipta.
- Bugin, Burhan. (2004). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.: QS. Al-Baqarah/2:173. Hlm. 26. Bandung: Diponegoro.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an...*, QS. Al-Ma'idah/5:3. Hlm. 107.
- Garvin, David A. (1988) *Managing Quality*, The New York Press.
- Ghozali, Imam dan John Castellan. (2002). *Statistik Non – Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: . Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Revisi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Griffin, Jill. (2007). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi: keduabelas.
- Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. (6<sup>th</sup> ed). New jersey: Pearson Education.
- Riduwan dan Sunarto, H. (2010). “*Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi Komunikasi Dan Bisnis*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Ridwan. (2007). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Robbins, Stephen P. (2003). *Perilaku Organisasi*, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Santoso, singgih. (2001). *Latihan SPSS Statistik Non Parametrik* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono. (1996). *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shihab, Muhammad Quraish. (2012). *Tafsir al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), Vol. VII, hlm. 14-25. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- Sofar dan Widiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. IN MEDIA. Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sundayana, Rostina. (2014). *Statistika penelitian pendidikan*. Bandung: Alfa Beta.
- Umar, Husein. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

### **Jurnal**

- Ardelia, S dan Leiz S. (2013). “*Analisis Perbedaan Persepsi Antara Konsumen Pria dan Wanita Terkait Store Characteristics (Studi Kasus: Hypermart Depok Town Square)*”. Jurnal. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Junaidi. (2015). *Persepsi Masyarakat untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syari'ah (Studi Kota Palopo)*. Jurnal Fokus Bisnis. Volume 14, No 02. STIE Muhammadiyah Palopo.
- Maharani, Rieska. (2017). *Analisis Perbedaan Persepsi Akademisi Akuntansi Terhadap Penerapan Mata Kuliah Akuntansi Syari'ah (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Surabaya)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 3, No. 1. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

- Maryani, R., Winda A., dan Wiwik T. (2011). *Perbedaan Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Yang Sudah dan Yang Belum Bekerja Terhadap Praktik Earning Management*. Jurnal penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora. Vol. 13, No. 2, hal: 07-12, ISSN 0852-8349. Universitas Jambi.
- Nasution, A.A., Sunaryo, dan Alvin F. (2017). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Menggunakan Dimensi Performance, Reliability, Conformance dan Fit and Finish*”. Jurnal Manajemen, STIE Harapan Medan. Vol. 5, No. 2, pp. 24-34, ISSN 2355-1488.
- Purwati, A.A., dan Andri W. (2016). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk Suku Cadang Sepeda Motor Aspira dan Federal di Provinsi Riau (Studi kasus pada PT Calispo Jaya Abadi Provinsi Riau)*”. Jurnal Manajemen STIE Pelita Indonesia. Vol.04, No.02, Juni 2016 EISSN - 2580-3743.

### **Skripsi**

- Aditya, Elma Muncar. (2010). *Perbedaan Persepsi antara Mahasiswa Senior dan Jnior mengenai Profesi Akuntan (Pada Program S-1 Reguler dan Stransfer PTS “X”)*. Jurnal Ekonomi. Vol. 5, No. 2, hal: 95 – 103.
- Ramdhani, Iqbal M. (2014). *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk International Brand Spare Part dan Local Brand Spare Part (Studi Kasus: Pada Toko Spare Part Nufi Motor Kudus)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Setiawan, A.B. (2010). “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Atas Dimensi Kualitas Produk Handphone GSM (Global System For Mobile) dan CDMA (Code Divission Multiple Access) (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang)*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wahyuni, Meika. (2015). *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## **Internet**

- Badan Pusat Statistik. (2010). *Proyeksi penduduk indonesia*. (<https://www.bps.go.id>), diakses pada 2 November 2017.
- Kumparan. (2017). *Industri Kosmetik di Indonesia Semakin Cantik*. (<https://kumparan.com/nicha-muslimawati/industri-kosmetik-di-indonesia-semakin-cantik>). Internet. diakses pada tanggal 29 Oktober 2017.
- LinkedIn. (2017). *Studi Pemasaran Produk Kosmetik*. (<https://id.linkedin.com/pulse/studi-pemasaran-produk-kosmetik-2017-winda-mizwar-pratiwi-1>). Internet. diakses pada tanggal 27 Oktober 2017.
- MUI. (2000). *Keputusan Fatwa Musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia, No: 2/MUNAS VI/MUI/2000 tentang Penggunaan Organ Tubuh, Ari-Ari, Air Seni Manusia Bagi Kepentingan Obat-Obatan dan Kosmetika*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2007). *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang Logo LPPOM MUI, No: SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07*. Jakarta. Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2009). *Keputusan Fatwa Musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia, No: 11 Tahun 2009 tentang Hukum Alkohol*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- MUI. (2013). *Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang Ketentuan Sistem Jaminan Halal, No: SK13/Dir/LPPOM MUI/III/13*. Jakarta. Majelis Ulama Indonesia. diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- Top Brand Award. (2017). *Top Brand Index 2017 Fase 1*. ([http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1)). Internet. diakses pada tanggal 27 Oktober 2017.
- Wardah. (2018). *Blogspot Wardah*. (<http://www.wardahbeauty.com/>). Internet. diakses pada tanggal 2 Januari 2018.