



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *HALAL AWARENESS*,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK HALAL PRIA DI E-COMMERCE**

SKRIPSI

HARIS SUTANTO 1910116032

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *HALAL AWARENESS*,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK HALAL PRIA DI E-COMMERCE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

HARIS SUTANTO 1910116032

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya sertakan dengan benar.

Nama : Haris Sutanto

NIM : 1910116032

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 27 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Haris Sutanto)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haris Sutanto
NIM : 1910116032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Brand Ambassador, Halal Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Pria di E-Commerce

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 27 Juni 2023
Yang Menyatakan


(Haris Sutanto)

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, HALAL AWARENESS, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL PRIA DI E-COMMERCE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

HARIS SUTANTO 1910116032

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 27 Juni 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF.
Ketua Penguji




Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Penguji I



Tati Handayani, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Juni 2023

The Influence of Brand Ambassadors, Halal Awareness, and Product Quality to Purchasing Decisions of Men's Halal Cosmetics.

by Haris Sutanto

Abstract

The trend of using men's cosmetics is currently increasing, this can be seen from the market share of beauty and skin care products in e-commerce which reaches 43,5%, but related to halal awareness of using cosmetics, men are less concerned about halal awareness when compared to women . Moreover, the trend of using brand ambassadors as company representative products is considered less effective in influencing consumer purchasing decisions. This study aims to explain the influence of brand ambassadors, halal awareness, and product quality on purchasing decisions for men's halal cosmetics. The population of this study was the Muslim community of DKI Jakarta who use halal cosmetics. Sampling method using non-probability sampling technique with purposive sampling method. The approach used is quantitative. Questionnaires are used as data collection techniques. Partial Least Square is used as a data analysis technique. The data test uses the outer and inner models. The results showed that the brand ambassador have a significant influence to purchasing decisions. Meanwhile, halal awareness and product quality variables has no significant influence to purchasing decisions.

Keywords : *halal cosmetics, brand ambassador, halal awareness, product quality, purchase behaviour*

Pengaruh *Brand Ambassador*, *Halal Awareness*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Pria.

Oleh Haris Sutanto

Abstrak

Perkembangan kosmetik pria pada saat ini cukup meningkat, hal ini dapat dilihat dari market share produk kecantikan dan perawatan kulit di e-commerce yang mencapai angka 43,5%, namun terkait dengan kesadaran halal menggunakan kosmetik, pria cenderung kurang memperhatikan kesadaran halal dibandingkan dengan wanita. Selain itu, tren penggunaan *brand ambassador* sebagai representatif produk perusahaan dinilai kurang efektif dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *brand ambassador*, *halal awareness*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal pria. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat muslim DKI Jakarta yang menggunakan kosmetik halal. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. *Partial Least Square* digunakan sebagai teknik analisis data. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan *outer* dan *inner* model serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand ambassador berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik halal pria, sedangkan variabel halal awareness dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kosmetik halal, brand ambassador, halal awareness, kualitas produk, keputusan pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Juni 2023, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Haris Sutanto**

No.Pokok Mahasiswa : **1910116032**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Ambassador, Halal Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Pria di E-Commerce

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Ketua	1.
2	Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Juni 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Ambassador, Halal Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Pria di E-Commerce”**. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Tati Handayani S.E, M.M selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan-masukan, saran, serta arahan yang bermanfaat bagi penulis. Kepada Bapak Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA., CDIF selaku ketua penguji sidang skripsi. Kepada Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku penguji 1. Dan terakhir kepada seluruh tenaga pengajar dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan penulis kesempatan yang sangat berharga untuk dapat menimba ilmu di perguruan tinggi dari awal hingga akhir.

Ucapan terima kasih juga penulis ungkapkan kepada kedua orang tua peneliti yang selalu mendukung usaha penelitian ini dengan penuh kasih sayang dan diiringi dengan doa yang terbaik. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman penulis yaitu Sdr. Farhan Baihakki, Izza Fahmi, dan Satrio Adiputro yang selalu menemani dan memberikan masukan-masukan ketika mengerjakan karya ilmiah ini. Kepada teman-teman “Syukron” Sdr. Raihan, Habib, Akmal, Sdri. Ria, Afda, Vina, Mira yang juga turut serta membantu penulis dengan memberikan semangat, dukungan dan masukan-masukan terhadap karya ilmiah ini. Terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman dari SMK penulis yang selalu menemani penulis dari masa kesulitan hingga masa kemudahan.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada yang membacanya.

Jakarta, 27 Juni 2023

Haris Sutanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	10
I.3 Tujuan Penelitian	10
I.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1. Landasan Teori.....	12
II.1.1. Keputusan Pembelian.....	12
II.1.2. Brand Ambassador.....	15
II.1.3. Halal Awareness	18
II.1.4. Kualitas Produk.....	22
II.2. Penelitian Terdahulu	25
II.3. Model Penelitian	34
II.4. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
III.1.1 Definisi Operasional	36
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	37
III.2. Populasi dan Sampel	38
III.2.1 Populasi.....	38
III.2.2 Sampel.....	38
III.3. Teknik Pengumpulan Data.....	39
III.3.1 Jenis Data	39
III.3.2 Sumber Data.....	39
III.3.3 Pengumpulan Data	40
III.4. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	40
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	40
III.4.2 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
IV.1.1 Kosmetik Halal	45
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	46
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	46
IV.3 Analisis dan Uji Hipotesis	50
IV.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	50
IV.3.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	54
IV.3.3 Model Struktural (Inner Model).....	57
IV.3.4 Uji Hipotesis	58
IV.4 Pembahasan.....	60
IV.4.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	60
IV.4.2 Pengaruh Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian	61
IV.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
V.1. Simpulan	65
V.2. Keterbatasan Penelitian.....	65
V.3. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	33
Tabel 2. Skala Likert	37
Tabel 3. Definisi Operasional dan Indikator	37
Tabel 4. Interpretasi dari Nilai Responden	41
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas	42
Tabel 6. Produk Kosmetik Halal Pembersih Wajah Pria	45
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia.....	46
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	48
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Merek Kosmetik Halal Pembersih Wajah Pria	48
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Kosmetik Halal Pria..	49
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan <i>Platform E-commerce</i> yang Paling Sering Dikunjungi	49
Tabel 15. Outer Loading	54
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 17. Uji Reliabilitas	57
Tabel 18. R-Square.....	58
Tabel 19. Uji T-Statistik.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 5 Negara dengan konsumsi kosmetik halal terbesar di dunia	2
Gambar 2. Motivasi pria untuk menggunakan kosmetik	3
Gambar 3. Jenis <i>skincare</i> Pria yang paling banyak digunakan di Indonesia	4
Gambar 4. Jumlah kunjungan website e-commerce terbanyak.....	5
Gambar 5. Market Share FMCG di e-commerce	6
Gambar 6. Top Brand Facial Wash Pria Terlaris di Shopee dan Tokopedia periode 1-15 September 2022	7
Gambar 7. Pertimbangan pengguna <i>skincare</i> di Indonesia	8
Gambar 8. Model Penelitian	35
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	50
Gambar 10. Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i>	51
Gambar 11. Tanggapan Responden terhadap <i>Halal Awareness</i>	52
Gambar 12. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk.....	53
Gambar 13. Output PLS	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Data Kuesioner 160 Responden

Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 6. Output Outer Model PLS

Lampiran 7. Hasil Output Model PLS