



**PENGARUH DISKON, *E-WOM*, DAN KESADARAN HALAL  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KOSMETIK  
HALAL DI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA MUSLIM  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

**FARA RAYAN KEMALA    2010116065**

**PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH DISKON, *E-WOM*, DAN KESADARAN HALAL  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KOSMETIK  
HALAL DI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA MUSLIM  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**FARA RAYAN KEMALA    2010116065**

**PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH  
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 nyatakan dengan benar.

Nama : Fara Rayan Kemala

NIM : 2010116065

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

Jakarta, 4 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Fara Rayan Kemala)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Fara Rayan Kemala  
NIM : 2010116065  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Diskon, E-WOM, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Halal di E-Commerce pada Mahasiswa Muslim Jakarta**

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 : 4 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Fara Rayan Kemala)

## SKRIPSI

### PENGARUH DISKON, *E-WOM*, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KOSMETIK HALAL DI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA MUSLIM JAKARTA

*Diperiapkan dan disusun oleh:*

**FARA RAYAN KEMALA 2010116065**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 4 Januari 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Tati Handayani, S.E, M.M.**  
Ketua Penguji



**Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.**  
Penguji I



**Dr. Sufyati HS, 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 : 19 Januari 2024

***The Effect of Discounts, E-WOM, and Halal Awareness on Repurchase Intention of Halal Cosmetics in E-Commerce among Muslim Students in Jakarta***

**By Fara Rayan Kemala**

***ABSTRACT***

*The presence of e-commerce has increased the interest of young people in buying products, specifically the cosmetics category. The discounts provided create benefits for consumers, especially students, with various reviews on social media regarding certain products can increase a consumer's repurchase intention. Muslim consumers' repurchase intentions for cosmetics are an important concern because not all cosmetics are guaranteed to be halal. Therefore, this research aims to determine the effect of discount, E-WOM, and halal awareness towards repurchase intentions of halal cosmetics through e-commerce on Muslim students in Jakarta. The population in this study were Muslim students who had purchased halal cosmetics in the Jakarta area. This research uses a quantitative descriptive method approach with sampling methods purposive sampling which was tested on Muslim student respondents in Jakarta. The data collected is primary data by providing online-based questionnaires to Muslim students. Data analysis techniques uses the SmartPLS application. The research results show that discount prices, E-WOM, and halal awareness has a positive and significant effect on interest in repurchasing halal cosmetics through e-commerce on Muslim students in Jakarta. The implication of the research is that halal cosmetics businesses can take advantage of discount strategies and e-wom in order to attract consumers' repurchase interest as well as attract attention to increase halal awareness.*

***Keywords:*** *discount, e-wom, halal awareness, halal cosmetics, repurchase intention.*

# **Pengaruh Diskon, E-WOM, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Halal di E-Commerce pada Mahasiswa Muslim Jakarta**

**Oleh Fara Rayan Kemala**

## **ABSTRAK**

Hadirnya *e-commerce* menjadi ketertarikan kalangan muda dalam membeli produk khususnya kategori kosmetik. Adanya diskon yang diberikan membuat keuntungan bagi konsumen terutama mahasiswa, terlebih lagi berbagai ulasan di media sosial mengenai produk tertentu dapat meningkatkan minat beli kembali seorang konsumen. Minat pembelian ulang konsumen muslim terhadap kosmetik menjadi perhatian penting karena belum tentu semua kosmetik terjamin kehalalannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, *E-WOM*, dan kesadaran halal terhadap minat pembelian ulang kosmetik halal melalui *e-commerce* pada mahasiswa muslim di Jakarta. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim yang pernah melakukan pembelian kosmetik halal di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada responden mahasiswa muslim di Jakarta. Sumber data berupa data primer dengan memberikan *online-based* kuesioner kepada mahasiswa muslim. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diskon, *E-WOM*, dan kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang kosmetik halal melalui *e-commerce* pada mahasiswa muslim di Jakarta. Implikasi dari penelitian adalah pelaku bisnis kosmetik halal dapat memanfaatkan strategi diskon dan *e-wom* agar menarik minat beli kembali konsumen sekaligus menjadi perhatian untuk meningkatkan kesadaran halal.

**Kata Kunci:** diskon, *e-wom*, kesadaran halal, kosmetik halal, minat pembelian ulang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Kamis, tanggal 4 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Fara Rayan Kemala  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116065  
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"PENGARUH DISKON, E-WOM, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP MINAT  
PEMBELIAN ULANG KOSMETIK HALAL DI E-COMMERCE  
PADA MAHASISWA MUSLIM JAKARTA"**

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

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E, M.M.	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 4 Januari 2024

Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

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



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon, E-WOM, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Halal di E-Commerce pada Mahasiswa Muslim Jakarta”**. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sufyati HS, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, saran, serta arahan yang bermanfaat bagi penulis. Kepada Ibu Tati Handayani S.E, M.M., selaku ketua penguji sidang skripsi. Kepada Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E., selaku penguji 1.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada orang tua peneliti, Ibu Tri Widarti dan Alm. Bapak Armia Harun, serta Tasha Aulia Hanum selaku kakak dari penulis yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih pula kepada Adriel Widyana sebagai orang terdekat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Kepada teman-teman “Paten”, yakni Jasmine Adzka Sajidah dan Sophie Nabila yang telah memberikan semangat, menjadi teman bertukar pikiran, dan seperjuangan selama proses perkuliahan dari awal hingga akhir. Kepada teman satu bimbingan penulis, yakni Sabina, Zahran, Annisa, Dela, dan Fathya yang sudah berbagi senang dan susah selama proses penulisan skripsi. Dan terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman SMA serta pihak-pihak lainnya tidak dapat disebutkan satu persatu, telah menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini.

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

Jakarta, 4 Januari 2024

Fara Rayan Kemala

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>25</b>
2.1 Landasan Teori .....	25
2.1.1 Minat Pembelian Ulang.....	25
2.1.2 Diskon .....	27
2.1.3 <i>E-WOM (Electronic Word of Mouth)</i> .....	32
2.1.4 Kesadaran Halal .....	34
2.1.5 Kosmetik Halal.....	36
2.1.6 <i>E-Commerce</i> .....	39
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	41
2.3 Model Penelitian.....	48
2.4 Hipotesis .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	50
3.1.1 Definisi Operasional.....	50
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	51
3.2 Populasi dan Sampel.....	52

3.2.1	Populasi.....	52
3.2.2	Sampel.....	52
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.3.2	Sumber Data.....	53
3.3.3	Pengumpulan Data .....	53
3.4	Teknik Analisis Data .....	54
3.4.1	Metode Analisis Deskriptif .....	54
3.4.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	55
3.4.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>58</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	58
4.1.1	Kosmetik Halal.....	58
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	60
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis .....	63
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	63
4.3.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
4.3.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	72
4.3.4	Uji Hipotesis .....	73
4.4	Pembahasan .....	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>79</b>
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	79
5.3	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Belanja Konsumen Muslim di 6 Sektor Ekonomi Rill	15
Tabel 2. Lima Negara Konsumen Kosmetik Halal Terbesar 2021/22	17
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	46
Tabel 4. Definisi Operasional	51
Tabel 5. Intrumen Skala Likert	51
Tabel 6. Interpretasi dari Nilai Responden	55
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha	56
Tabel 8. Produk Kosmetik Halal Lokal di Indonesia	59
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin	60
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia	60
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Domisili	61
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Pengguna Merek Kosmetik Halal	61
Tabel 12. Karakteristik Frekuensi Pembelian Produk Kosmetik	62
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Platform E-Commerce	62
Tabel 14. Outer Loadings	68
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 16. Uji Reliabilitas	71
Tabel 17. R-Square	72
Tabel 18. Uji T-Statistik	73

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Tren Pengguna E-Commerce dari tahun 2017-2023	19
Gambar 2. Model Penelitian	48
Gambar 3. Tanggapan Responden terhadap Minat Pembelian Ulang	63
Gambar 4. Tanggapan Responden terhadap Diskon	64
Gambar 5. Tanggapan Responden terhadap E-WOM	65
Gambar 6. Tanggapan Responden terhadap Kesadaran Halal	67
Gambar 7. Output PLS	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang
- Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 140 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS