



PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI *SKINCARE* LOKAL HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI JABODETABEK

SKRIPSI

SOPHIE NABILA 2010116075

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

2023



PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI *SKINCARE* LOKAL HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI JABODETABEK

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah

SOPHIE NABILA 2010116075

**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 : Sophie Nabila

NIM. : 2010116075

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

Jakarta, 21 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Sophie Nabila)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Sophie Nabila
NIM : 2010116075
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Minat Beli *Skincare* Lokal Halal pada Masyarakat Muslim di Jabodetabek

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkatan 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 : 21 Desember 2023

Yang menyatakan,


F9C0CALX013332300 SOPHIE NABILA

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI *SKINCARE* LOKAL HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SOPHIE NABILA 2010116075

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 11 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Mira Rahmi, S.E., M.B.A.
Ketua Penguji



Prima Dwi Privatno, B.A., M.F.
Penguji I



Fadhli Suko Wiryanto, S/Pd, M.Si.
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 Influence of Brand Image, Product Quality, and Halal Labeling on Buying Interest in Halal Local Skincare for Muslim Communities in Jabodetabek

By Sophie Nabila

Abstract

Many people compete to achieve an attractive appearance by taking various measures, one of which is using skincare. According to a survey from Populix and ZAP Beauty Index, that 54% - 96% of women aged 15-65 years choose to use local skincare compared to imported skincare. This study will focus on the effect of brand image, product quality, and halal labeling on buying interest in halal local skincare for Muslim communities in the Jabodetabek area. The research population includes Muslim communities in Jabodetabek, with a sample size of 150 respondents. This research approach uses quantitative methods. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires via Google Form to respondents. The data analysis technique was carried out using the Partial Least Square (PLS) method with the support of the SmartPLS test tool. Data tests were carried out on the outer and inner models. The results showed that buying interest was influenced by brand image and halal labeling, while product quality had the opposite result, namely no effect.

Keywords: Skincare Local Halal, Brand Image, Product Quality, Halal Label, Purchase Interest

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Minat Beli *Skincare* Lokal Halal pada Masyarakat Muslim di Jabodetabek

Oleh Sophie Nabila

Abstrak

Banyak orang yang bersaing untuk mencapai penampilan yang menarik dengan melakukan berbagai tindakan, salah satunya adalah menggunakan *skincare*. Menurut survey dari Populix dan ZAP Beauty Index, bahwa 54% - 96% wanita berusia 15-65 tahun memilih menggunakan *skincare* lokal dibandingkan *skincare* impor. Penelitian ini akan fokus pada pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan label halal terhadap minat beli *skincare* lokal halal pada Masyarakat muslim di wilayah Jabodetabek. Populasi penelitian mencakup Masyarakat muslim di Jabodetabek, dengan jumlah sampel mencapai 150 responden. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada responden. Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan dukungan alat uji SmartPLS. Uji data dilakukan pada *outer* dan *inner* model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh *brand image* dan label halal, sementara kualitas produk mendapatkan hasil sebaliknya yaitu tidak berpengaruh.

Kata Kunci: *Skincare* Lokal Halal, *Brand Image*, Kualitas Produk, Label Halal, Minat Beli



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

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

Hari ini Kamis, tanggal 11 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Sophie Nabila
No. Pokok Mahasiswa : 2010116075
Program : SI Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Minat Beli *Skincare* Lokal Halal pada Masyarakat Muslim di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Mira Rahmi, S.E, M.B.A.	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota I	2.
3	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi SI Ekonomi Syariah

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

PRAKATA

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus 2023 sampai dengan bulan Desember 2023 dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Minat Beli *Skincare* Lokal Halal pada Masyarakat Muslim di Jabodetabek”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) Ekonomi Syariah Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Ketika menyusun skripsi ini, penulis sadar masih banyak kekurangan, namun dibalik semua itu banyak juga dukungan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan saran dan arahan selama penyusunan skripsi ini. Bapak Saefi dan Ibu Siti Julaecha selaku kedua orang tua penulis yang selalu senantiasa memberikan dukungan berupa doa, restu, motivasi, semangat dan nasihat kepada penulis agar selalu dapat memperjuangkan apa yang penulis telah mulai.

Sahabat terbaik sepanjang masa yaitu Andini Maharani dan Bunga yang telah mendengarkan keluh kesah dan memberikan motivasi selama penulis menyelesaikan skripsi. Sahabat SMK penulis yaitu Aisha, Aulia, Tazqiya, dan Tri yang selalu dapat membuat penulis tertawa dengan tingkah lucu dan aneh mereka sehingga dapat menghibur penulis ketika penulis merasa tertekan. Sahabat

seperjuangan di perkuliahan yaitu Fara, Jasmine, Aqilla, Khansa, Syifa, Nita dan Shella yang selalu senantiasa berjuang bersama untuk *survive* agar dapat lulus sesuai yang diharapkan.

Idola favorit dan kesayangan penulis yaitu Lee Haechan NCT, karena dengan kehadiran presensinya di kala penulis merasa *badmood* atau tertekan, ia sering membuat penulis selalu merasa bahagia dan semangat kembali. Terakhir, untuk diri penulis sendiri yaitu Sophie Nabila, terimakasih karena sudah berjuang demi meraih apa yang telah dimulai, terimakasih karena sudah percaya diri untuk bisa melakukan hal yang sebelumnya pernah ditakutkan, dan terimakasih karena sudah bertahan.

Jakarta, Januari 2024

Sophie Nabila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Aspek Teoritis	7
1.4.2 Aspek Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.2 <i>Brand Image</i>	11
2.1.3 Kualitas Produk	13
2.1.4 Label Halal	15
2.1.5 Skincare Lokal	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	20
	xi

2.3	Model Penelitian	31
2.4	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1	Definisi Operasional	33
3.1.2	Pengukuran Variabel	34
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1	Jenis Data	36
3.3.2	Sumber Data	37
3.3.3	Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Analisis Data	37
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	37
3.4.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
3.4.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	40
3.4.4	Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	42
4.2	Deskripsi Data Penelitian	44
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	45
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	45
4.3.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
4.3.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.3.4	Uji Hipotesis	52
4.4	Pembahasan	54
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	54
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	55
4.4.3	Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	68
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 2.	Skala Likert	34
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	35
Tabel 4.	Interpretasi dari Nilai Responden	38
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Nilai Croanbach Alpha	39
Tabel 6.	Produk Skincare Lokal Halal	42
Tabel 7.	Karakteristik Berdasarkan Domisili	44
Tabel 8.	Karakteristik Berdasarkan Merek Skincare Lokal Halal	44
Tabel 9.	Outer Loading	49
Tabel 10.	Average Variance Extracted (AVE)	50
Tabel 11.	Uji Reliabilitas	51
Tabel 12.	R-Square	51
Tabel 13.	Uji T-Statistik	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kategori Barang dengan Pendapatan Terbesar	2
Gambar 2. Pertumbuhan Pendapatan Produk Perawatan dan Kecantikan	3
Gambar 3. Pertimbangan Masyarakat dalam Memilih Produk Kecantikan	4
Gambar 4. Logo Halal	18
Gambar 5. Model Penelitian	31
Gambar 6. Tanggapan Responden terhadap Minat Beli	45
Gambar 7. Tanggapan Responden terhadap Brand Image	46
Gambar 8. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk	47
Gambar 9. Tanggapan Responden terhadap Label Halal	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kartu Monitoring Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing
- Lampiran 3 Lembar Kuesioner
- Lampiran 4 Data Kuesioner 150 Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7 Output Outer Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Model PLS