



**PENGARUH HARGA, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM *CASABLANCA*
MASYARAKAT MUSLIM JAKARTA**

SKRIPSI

ANNISA JULIA 2010116076

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

2024



**PENGARUH HARGA, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM *CASABLANCA*
MASYARAKAT MUSLIM JAKARTA**

SKRIPSI

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

ANNISA JULI 2010116076

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

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Annisa Julia

NIM. : 2010116076

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

Jakarta, 15 Januari 2024

Yang menyatakan,



Annisa Julia

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS**

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

Nama : Annisa Julia
NIM : 2010116076
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 Rights*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Harga, Religiositas, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan
Pembelian Parfum *Casablanca* Masyarakat 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 : 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Annisa Julia

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM
CASABLANCA MASYARAKAT MUSLIM JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANNISA JULIA 2010116076

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 15 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**




Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji I



Dr. Sufvati 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 Influence Of Price, Religiosity, And Halal Awareness On Purchase Decision Of Casablanca Perfume In Jakarta

By Annisa Julia

ABSTRACT

Jakarta is one of the cities that consumes the most cosmetics and pharmaceuticals, one example of which is perfume. However, some Muslim consumers in Jakarta still don't know what perfume contains and there are also those who consider the price. The factors examined in this study as independent variables are price, religiosity and halal awareness, while the dependent variable is the decision to purchase Casablanca perfume from the Jakarta Muslim community. This study aims to analyze price, religiosity and halal awareness of the decision to purchase Casablanca perfume among the Jakarta Muslim community. The method used is a quantitative descriptive approach, using primary data with data collection techniques by distributing questionnaires via social media to Muslim respondents in Jakarta. Data analysis uses Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS application, as well as data testing using inner models and outer models. The findings from this study show that the variables price, religiosity, and halal awareness influence the decision to purchase Casablanca perfume among the Jakarta Muslim community. With this study, it is hoped that Casablanca producers will pay attention to the content and halal certificates to increase the number of consumers.

Keywords: halal awareness, price, purchasing decisions, religiosity

**Pengaruh Harga, Religiositas, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan
Pembelian Parfum *Casablanca* Masyarakat Muslim Jakarta**

Oleh Annisa Julia

ABSTRAK

Jakarta merupakan salah satu kota konsumen kosmetik dan farmasi terbanyak, salah satu contohnya yaitu parfum. Namun beberapa konsumen Muslim di Jakarta masih ada yang belum mengetahui kandungan parfum dan ada juga yang mempertimbangkan dengan harga. Faktor – faktor yang diteliti pada studi ini sebagai variabel bebas adalah harga, religiositas, dan kesadaran halal, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian parfum *Casablanca* masyarakat muslim Jakarta. Studi ini bertujuan untuk menganalisis harga, religiositas, dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian parfum *Casablanca* masyarakat muslim Jakarta. Metode yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif, menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner melalui sosial media kepada responden muslim di Jakarta. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS, serta pengujian data menggunakan *inner model* dan *outer model*. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa variabel harga, religiositas, dan kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian parfum *Casablanca* masyarakat muslim Jakarta. Adanya studi ini diharapkan pihak produsen *Casablanca* dapat memperhatikan kandungan serta sertifikat halal untuk meningkatkan jumlah konsumen.

Kata kunci: harga, keputusan pembelian, kesadaran halal, religiositas



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**

Pada hari Senin, tanggal 15 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Annisa Julia
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116076
Program Studi : SI Ekonomi Syariah

**" PENGARUH HARGA, RELIGIOSITAS, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA MASYARAKAT MUSLIM JAKARTA "**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.	Ketua	1.
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 15 Januari 2024

MENGESAHKAN
A.n. DEKAN
Kaprodi SI Ekonomi Syariah

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2023 dengan judul **“Pengaruh Harga, Religiositas, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Parfum *Casablanca* Masyarakat Muslim Jakarta”**. Pada Kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Sufyati HS, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat. Kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Penguji dan Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. selaku Penguji 1.

Di samping itu, ucapan terima kasih dan salam cinta juga disampaikan kepada orang tua penulis Ibu Zirda, Mama Meita, dan Ayah Jani serta kedua adik penulis Adhon dan Dede yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan telah dengan sabar mendengar segala keluh kesah penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat Zalfa, Awaliyah dan Tania dan juga teman-teman satu bimbingan atas bantuan dan semangatnya yang telah mendukung dan menemani penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis berharap, dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 15 Januari 2024

Annisa Julia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Harga	13
2.1.3 Religiositas	15
2.1.4 Kesadaran Halal	16
2.1.5 Parfum	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	18
	x

2.3 Model Penelitian	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data	37
3.4.1 Teknik Analisis	37
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	37
3.4.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
3.4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	39
3.4.5 Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Parfum <i>Casablanca</i>	42
4.2 Deskripsi Data Penelitian	43
4.2.1 Deskripsi Data Responden	43
4.3 Analisis Data Deskriptif	45
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis	50
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50

4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
4.4.3 Uji Hipotesis	55
4.5 Pembahasan	56
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.5.2 Pengaruh Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.5.3 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Keterbatasan Penelitian	61
5.3 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
RIWAYAT HIDUP	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Parfum Halal di Jakarta	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 3. Skala Likert	34
Tabel 4. Pengukuran Variabel	34
Tabel 5 Interpretasi dari Nilai Responden	38
Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Usia	43
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Domisili	44
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan	45
Tabel 11. Outer Loading	51
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	53
Tabel 15. Uji Reliabilitas	53
Tabel 16. R-Square	54
Tabel 17. Uji T-Statistik	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Halal Cosmetics Consumers 2022	2
Gambar 2 Data Penjualan Parfum Terlaris di Jakarta Tahun 2022	4
Gambar 3 Model Penelitian	31
Gambar 4. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	46
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Harga	47
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Religiositas	48
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Halal	49
Gambar 8. Output PLS	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang
- Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Lembar Kuesioner
- Lampiran 4. Data Kuesioner 130 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS