



**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, MEDIA SOSIAL, DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE KOREA HALAL**

SKRIPSI

TANIA PUTRI AYUNITA 2010116041

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

2024



**PENGARUH *WORD OF MOUT*, MEDIA SOSIAL, DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE KOREA HALAL**

SKRIPSI

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

TANIA PUTRI AYUNITA 2010116041

**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 : Tania Putri Ayunita

NIM. : 2010116041

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,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS PADJARAN' and 'JURUSAN PENDIDIKAN MIPA' along with some numbers. The signature is written in a cursive style.

Tania Putri Ayunita

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS**

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

Nama : Tania Putri Ayunita
NIM : 2010116041
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI 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 *Word Of Mouth*, Media Sosial, dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Korea Halal

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,


Tania Putri Ayunita

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, MEDIA SOSIAL, DAN
KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE KOREA HALAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TANIA PUTRI AYUNITA 2010116041

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



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



Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.
Penguji I



Mira Rahmi, S.E, M.B.A.
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 Word Of Mouth, Social Media, and Halal Awareness
to Purchasing Decisions of Halal Korean Skincare***

By Tania Putri Ayunita

ABSTRACT

Facial care or what is usually called skincare is the most popular among Indonesian women. Many Indonesian women are more likely to decide to use the product skincare from South Korea compared to local products, so it can be said that South Korea is very famous for its skincare products and has covered the Indonesian market. Nevertheless, skincare from South Korea the halal status has not been identified, so it is very important for Indonesian people to increase halal awareness before buying and consuming South Korean products. This research aims to identify influences of word of mouth, social media, and halal awareness of purchasing decisions skincare Korea is halal. The population of this research is the Muslim community of DKI Jakarta who use skincare. Korea is halal. Sampling using techniques non-probability sampling with method purposive sampling. The approach used is quantitative. Questionnaires as a data collection technique. SPSS is used for data analysis techniques. Data testing was carried out using multiple linear regression analysis. The research results show that variables word of mouth, social media, and halal awareness influence purchasing decisions skincare Korea halal.

Keywords: *halal awareness, Korean skincare, purchasing decisions, social media, word of mouth*

Pengaruh *Word Of Mouth*, Media Sosial, dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Korea Halal

Oleh Tania Putri Ayunita

ABSTRAK

Perawatan wajah atau biasa disebut dengan *skincare* menjadi paling banyak digemari oleh perempuan Indonesia. Banyak perempuan Indonesia yang lebih memutuskan untuk menggunakan produk *skincare* dari Korea Selatan dibandingkan dengan produk lokal, sehingga dapat dikatakan bahwa Korea Selatan begitu *famous* dengan produk *skincare*-nya dan telah mencakup pasar Indonesia. Meskipun demikian, *skincare* dari Korea Selatan belum teridentifikasi status kehalalannya, sehingga sangat penting bagi masyarakat Indonesia untuk meningkatkan kesadaran halal sebelum membeli dan mengonsumsi produk Korea Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *word of mouth*, media sosial, dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian *skincare* Korea halal. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat muslim DKI Jakarta yang menggunakan *skincare* Korea halal. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif. Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. SPSS digunakan untuk teknik analisis data. Pengujian data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *word of mouth*, media sosial, dan kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* Korea halal.

Kata kunci: keputusan pembelian, kesadaran halal, media sosial, *skincare* Korea, *word of mouth*



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

Nama : Tania Putri Ayunita
No. Pokok Mahasiswa : 2010116041
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**“PENGARUH *WORD OF MOUTH*, MEDIA SOSIAL, DAN KESADARAN HALAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* KOREA HALAL”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

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

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 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 kehadirat Allah SWT., atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth*, Media Sosial, dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Korea”. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Mira Rahmi, S.E, M.B.A. selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan-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 sidang skripsi. Dan terakhir kepada 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-teman penulis yakni Vina, Remaysell, Refita, Rose yang selalu menemani dan memberikan masukan-masukan ketika mengerjakan karya ilmiah ini. Lalu kepada teman seperjuangan yakni Awaliyah, Annisa, Zalfa, Rizka, Sarah, Salma dan teman-teman ekonomi syariah angkatan 2020 lainnya yang juga turut serta membantu penulis dengan memberikan semangat, dukungan, dan masukan-masukan terhadap karya ilmiah ini. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada yang membacanya.

Jakarta, 22 Desember 2023

Tania Putri Ayunita

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	17

2.1.3 Media Sosial	18
2.1.4 Kesadaran Halal	20
2.1.5 <i>Skincare</i> Korea	23
2.3 Model Penelitian	24
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	24
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.1 Jenis Data	38
3.3.3 Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1. Analisis Data Deskriptif	39
3.4.2 Kualitas Data	39
3.4.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.4.4 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44

4.1.1 <i>Skincare</i> Korea	44
4.2 Deskripsi Data Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Data Responden	45
4.3 Analisis Data Deskriptif	46
4.4 Uji Kualitas Data	50
4.4.1 Uji Validitas	50
4.4.2 Uji Reliabilitas	52
4.5 Uji Asumsi Klasik	53
4.5.1 Uji Normalitas	53
4.5.2 Uji Multikolinearitas	53
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.6 Uji Hipotesis	55
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.6.2 Uji T	57
4.6.3 Uji F	58
4.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.7 Pembahasan	59
4.7.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7.3 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.7.4 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Media Sosial, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64

5.2 Keterbatasan Penelitian	65
3.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	75
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persentase Negara Asal Brand Skincare Favorit Wanita Indonesia	3
Tabel 2. Merek Skincare Korea Yang Berhasil Masuk Ke Pangsa Pasar Indonesia	3
Tabel 3. Persentase media bagi wanita Indonesia untuk mendapat informasi	5
Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 5. Pengukuran Variabel	36
Tabel 6. Skala Likert	37
Tabel 7. Produk Skincare Korea Berdasarkan Status BPOM dan Halal	44
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia	45
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Domisili	46
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 12. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 13. Uji Validitas Word Of Mouth (X1)	51
Tabel 14. Uji Validitas Media Sosial (X2)	51
Tabel 15. Uji Validitas Kesadaran Halal (X3)	51
Tabel 16. Uji Reliabilitas	52
Tabel 17. Uji Normalitas	53
Tabel 18. Uji Multikolinearitas	54
Tabel 19. Hasil Uji Glesjer	55
Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 21. Hasil Uji T	57
Tabel 22. Hasil Uji F	58
Tabel 23. Hasil Uji R Square	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Potensi Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia	1
Gambar 2. Negara Dengan Konsumen Kosmetik Halal Terbesar di Dunia	8
Gambar 3. Model Penelitian	24
Gambar 4. Hasil Uji Scatterplot	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	76
Lampiran 2. Formulir Monitoring Bimbingan	77
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 4. Data Kuesioner	85
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	101
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	103
Lampiran 7. Hasil Output SPSS 23	104
Lampiran 8. R Tabel, F Tabel, dan T Tabel	108