



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SOMETHINC PADA GENERASI Z DI JABODETABEK**

SKRIPSI

ZHARFA ATHIRAH SAQINA PUTRI 2110116015

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

2025



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SOMETHINC PADA GENERASI Z DI JABODETABEK**

SKRIPSI

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

ZHARFA ATHIRAH SAQINA PUTRI 2110116015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Zharfa Athirah Saqina Putri

NIM : 2110116015

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

Jakarta, 7 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Zharfa Athirah Saqina Putri)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS

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

Nama : Zharfa Athirah Saqina Putri
NIM : 2110116015
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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Determinan Loyalitas Konsumen Produk Somethinc Pada Generasi Z 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 pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Zharfa Athirah Saqina Putri)

SKRIPSI

DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK SOMETHINC PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

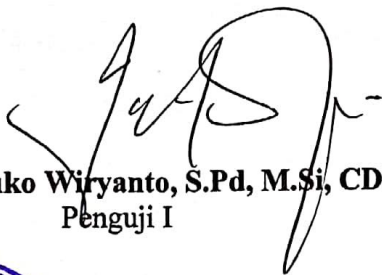
Dipersiapkan dan disusun oleh:

ZHARFA ATHIRAH SAQINA PUTRI 2110116015

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 7 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



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



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I



Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.
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 : 14 Januari 2025

Determinants of Consumer Loyalty for Somethinc Products Among Generation Z in Jabodetabek

By Zharfa Athirah Saqina Putri

Abstract

The local beauty product industry currently continues to experience significant growth, one of which is the Somethinc brand which has quickly become one of the top cosmetic brands in Indonesia in 2022. However, the large selection of local cosmetic brands makes Indonesian consumers tend to easily switch brands, so loyalty to one product is still relatively low, which shows a big challenge for brands to retain consumers. This study aims to analyze the influence of halal awareness, self-congruity, and brand trust variables on Somethinc consumer loyalty among Generation Z Jabodetabek. This study used quantitative data obtained through a questionnaire with 135 respondents. The data analysis technique uses the Partial Least Square (PLS) method through the Smart-PLS 4.0 application. Data testing is carried out through the outer model and inner model. The results of the study showed that the variables of halal awareness, self-congruity, and brand trust partially had a positive effect on Somethinc consumer loyalty in Generation Z Jabodetabek. The implication of this study is that it can help Somethinc and other local cosmetics brands in designing more effective marketing strategies to increase consumer loyalty, especially among Generation Z.

Keywords: *brand trust, consumer loyalty, generation z, halal awareness, self congruity*

Determinan Loyalitas Konsumen Produk Somethinc Pada Generasi Z Di Jabodetabek

Oleh Zharfa Athirah Saqina Putri

Abstrak

Industri produk kecantikan lokal saat ini terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, salah satunya adalah brand Somethinc yang dengan cepat menjadi salah satu brand kosmetik teratas di Indonesia pada tahun 2022. Namun, banyaknya pilihan brand kosmetik lokal membuat konsumen Indonesia cenderung mudah berpindah merek, sehingga loyalitas terhadap satu produk masih terbilang rendah, yang menunjukkan tantangan besar bagi brand untuk mempertahankan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kesadaran halal, *self congruity*, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen Somethinc di kalangan Generasi Z Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner dengan 135 responden. Teknik analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi Smart-PLS 4.0. Pengujian data dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal, *self congruity*, dan kepercayaan merek secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Somethinc pada Generasi Z Jabodetabek. Implikasi dari penelitian ini adalah dapat membantu Somethinc dan brand kosmetik lokal lainnya dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas konsumen, terutama di kalangan Generasi Z.

Kata kunci: generasi z, kepercayaan merek, kesadaran halal, loyalitas konsumen, *self congruity*



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. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 07 Januari 2025, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Zharfa Athirah Saqina Putri**

No.Pokok Mahasiswa : **2110116015**

Program : **Ekonomi Syariah S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Determinan Loyalitas Konsumen Produk Somethinc Pada Generasi Z Di Jabodetabek
Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ ***)

Penguji

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

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 07 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Determinan Loyalitas Konsumen Produk Somethinc Pada Generasi Z di Jabodetabek”**. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga dalam proses penulisan skripsi ini. Kepada Ibu Tati Handayani, S.E, M.M., selaku ketua penguji sidang skripsi dan kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF, selaku penguji 1.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada orang tua penulis, yaitu Mama dan Ayah, serta seluruh keluarga inti yang selalu memberikan semangat, doa, dan menjadi sumber kekuatan terbesar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada teman-teman terdekat, yaitu Aulia, Farida, Erisha, Andini, dan Dinar atas dukungan dan kebersamaan yang sangat berarti selama perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih juga ditujukan kepada teman-teman satu bimbingan yang selalu berbagi pengalaman dan saling membantu di setiap langkah. Lalu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2021 yang telah menjadi rekan seperjuangan selama masa perkuliahan. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih kepada teman-teman masa sekolah serta semua pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala bantuan dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap dengan adanya karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 7 Januari 2024

Zharfa Athirah Saqina Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	12
2.1.2 Tahapan Terciptanya Loyalitas	13
2.1.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen	14
2.1.4 Tipe-Tipe Loyalitas Konsumen.....	14
2.1.5 Indikator Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.6 Kesadaran Halal	17
2.1.7 <i>Self Congruity</i>	19
2.1.8 Kepercayaan Merek	21

2.2	Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Pengembangan Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN 37

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.1.1	Definisi Operasional	37
3.1.2	Pengukuran Variabel	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Jenis Data	41
3.3.2	Sumber Data.....	41
3.3.3	Pengumpulan Data	41
3.4	Teknik Analisis Data	42
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.4.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	43
3.4.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
3.4.4	Uji Hipotesis	45

BAB IV HASIL PENELITIAN 46

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1	Somethinc	46
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	47
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	47
4.3	Analisis Data Deskriptif.....	52
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	56
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
4.4.3	Uji Hipotesis	61
4.5	Pembahasan.....	62

4.5.1	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen Somethinc...	62
4.5.2	Pengaruh <i>Self Congruity</i> terhadap Loyalitas Konsumen Somethinc.....	63
4.5.3	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Somethinc	65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN **68**

5.1	Simpulan	68
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA..... 71

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. Skala Likert	38
Tabel 3. Definisi Operasional dan Indikator	39
Tabel 4. Interpretasi Nilai Responden	43
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Nilai Croanbach's Alpha.....	44
Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia.....	47
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Domisili	47
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	49
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	49
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Produk Somethinc yang Digunakan	50
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Membeli.....	51
Tabel 14. Outer Loading	57
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 16. Uji Reabilitas.....	59
Tabel 17. R-Squared Adjusted.....	60
Tabel 18. Uji T-Statistik	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara Konsumen Kosmetik Halal Teratas 2023	1
Gambar 2. Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia 2014-2027	2
Gambar 3. Preferensi Merek Kosmetik pada Perempuan Indonesia 2022.....	4
Gambar 4. Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022..	6
Gambar 5. Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 6. Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Konsumen.....	52
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Halal	53
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Self Congruity	54
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek.....	55
Gambar 10. Output PLS	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 135 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Output Outer Model PLS

Lampiran 8. Hasil Output Model PLS