



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *MAKE-UP* HALAL  
MELALUI *SHOPEE* DENGAN KESADARAN HALAL  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**DWI RIZKI NURRAHMAN 2110116054**

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



**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *MAKE-UP* HALAL  
MELALUI *SHOPEE* DENGAN KESADARAN HALAL  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

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

**DWI RIZKI NURRAHMAN 2110116054**

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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dwi Rizki Nurrahman

NIM : 2110116054

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

Jakarta, 06 Januari 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top center, the text 'REPUBLIK INDONESIA' on the left, and 'MEPERUSA TEMPEL' at the bottom. A unique alphanumeric code '00EAMX023490691' is printed at the bottom of the stamp.

Dwi Rizki Nurrahman

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dwi Rizki Nurrahman  
NIM : 2110116054  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Progran 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 :

### **Determinan Keputusan Pembelian *Make-Up* Halal melalui *Shopee* dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Mediasi 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 dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 06 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Dwi Rizki Nurrahman

# SKRIPSI

## DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *MAKE-UP* HALAL MELALUI SHOPEE DENGAN KESADARAN HALAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI JABODETABEK

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**DWI RIZKI NURRAHMAN 2110116054**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Januari 2025  
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. 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 : 14 Januari 2025

***Determinants of Purchasing Decisions for Halal Make-Up through Shopee with Halal Awareness as a Mediation Variable in Jabodetabek***

***By Dwi Rizki Nurrahman***

***Abstract***

*With the increasing demand for halal make-up products in Indonesia, particularly through e-commerce platforms like Shopee, there is a noticeable shift in consumer preferences that increasingly consider the halal aspects of products. However, despite the growing use of halal labels, there remains a lack of clarity regarding the factors that truly influence consumer purchasing decisions. This study aims to explore the factors affecting the purchasing decisions of halal make-up through Shopee in the Jabodetabek area. The research focuses on the impact of independent variables, namely halal labeling, price, product quality, and e-WOM on the purchasing decisions of halal make-up on Shopee, as well as the role of halal awareness as a mediating variable. The research problem lies in the insufficient understanding of the extent to which these factors influence purchasing decisions and how halal awareness can mediate this relationship. To address this question, the study involves 123 respondents who are female consumers in the Jabodetabek area. The methodology used in this research is a quantitative approach, with primary data collected through questionnaires and secondary data from articles, books, and other publications. The analysis is conducted using SmartPLS, which allows for the explanation of relationships between variables in a partial manner. The results indicate that halal labeling does not have a significant effect on purchasing decisions, although it contributes to an increase in halal awareness. Additionally, price does not show a significant effect, while product quality is proven to have a significant impact on purchasing decisions. E-WOM does not show a significant direct effect but can enhance halal awareness. The implications of this research are expected to provide valuable insights for marketers and business practitioners in formulating more effective marketing strategies, as well as enhancing understanding of the influence of halal labeling, price, product quality, and e-WOM on the purchasing decisions of halal cosmetics.*

***Keywords :*** *e-wom, halal awareness, halal labelization, halal make-up, purchase decision*

# Determinan Keputusan Pembelian Make-Up Halal melalui *Shopee* dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Mediasi di Jabodetabek

Oleh Dwi Rizki Nurrahman

## Abstrak

Dengan meningkatnya permintaan untuk produk make-up halal di Indonesia, terutama melalui platform e-commerce seperti *Shopee*, terlihat adanya perubahan preferensi konsumen yang semakin memperhatikan aspek kehalalan produk. Namun, meskipun label halal semakin banyak digunakan, masih ada ketidakjelasan mengenai faktor-faktor yang benar-benar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian make-up halal melalui *Shopee* di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini berfokus pada dampak variabel independen, yaitu label halal, harga, kualitas produk, dan e-WOM terhadap keputusan pembelian make-up halal di *Shopee*, serta peran kesadaran halal sebagai variabel mediasi. Masalah penelitian ini terletak pada kurangnya pemahaman mendalam tentang sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian, dan bagaimana kesadaran halal dapat memediasi hubungan ini. Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian ini melibatkan 123 responden yang merupakan konsumen wanita di wilayah Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner dan data sekunder dari artikel, buku, dan publikasi lainnya. Analisis dilakukan menggunakan SmartPLS, yang memungkinkan penjelasan hubungan antar variabel secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun berkontribusi pada peningkatan kesadaran halal. Selain itu, harga juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan, sedangkan kualitas produk terbukti memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. E-WOM tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan, tetapi dapat meningkatkan kesadaran halal. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemasar dan pelaku bisnis dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan pemahaman tentang pengaruh label halal, harga, kualitas produk, dan e-WOM terhadap keputusan pembelian kosmetik halal.

**Kata kunci :** *e-wom*, kesadaran halal, keputusan pembelian, labelisasi halal, *make-up* halal



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692858  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Senin , tanggal 06 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Dwi Rizki Nurrahman

No.Pokok Mahasiswa : 2110116054

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Determinan Keputusan Pembelian Make-Up Halal Melalui Shopee Dengan Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi Di Jabodetabek**

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

Penguji

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

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

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



## PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "**Determinan Keputusan Pembelian *Make-Up* Halal Melalui *Shopee* dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Mediasi di Jabodetabek**". Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ Ibu Dr. Jubaedah, Se., MM., serta Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, dan tak lupa penulis ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada Ibu Dr. Sufyati HS, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D. selaku ketua penguji, serta Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E, sebagai penguji 1, yang telah memberikan masukan yang konstruktif dan mendukung penyempurnaan penelitian ini. Penulis juga sangat berterima kasih kepada orang tua, saudara, dan seluruh keluarga, serta kawan kawan semua yang telah kebersamai saya dalam perjuangan serta selalu memberikan dukungan moral dan doa yang tiada henti. Dukungan mereka menjadi sumber motivasi yang kuat bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan dan masukan berharga selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi pembaca, serta menjadi referensi yang berguna untuk penelitian di masa mendatang.

Jakarta, 6 Januari 2025

Dwi Rizki Nurrahman

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<i>Abstract</i> .....	<b>vii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiviv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Manfaat Hasil Penelitian .....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1    Landasan Teori .....	14
2.1.1    Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3    Labelisasi Halal.....	22

2.1.4	Harga.....	26
2.1.5	Kualitas Produk.....	29
2.1.6	<i>Electronic Word of Mouth (e-WoM)</i> .....	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Model Penelitian.....	46
2.4	Hipotesis.....	46
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.1.1.	Definisi Operasional.....	48
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Sampel .....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.3.1	Jenis Data .....	54
3.3.2	Sumber Data.....	54
3.3.3	Pengumpulan Data .....	55
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	55
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	55
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif .....	55
3.4.3	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
3.4.4	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	58
3.5	Pengujian Hipotesis .....	59
3.5.1	Uji T Statistik.....	59
3.5.2	Uji Mediasi .....	60
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>61</b>

4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	61
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	61
4.2.1	Deskripsi Data Responden .....	62
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	66
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	66
4.3.2	Outer Model.....	72
4.3.3	Inner Model.....	77
4.3.4	Uji Hipotesis .....	82
4.3.5	Uji Mediasi .....	83
4.4	Pembahasan .....	85
4.4.1	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee .....	85
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	85
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee .....	86
4.4.4	Pengaruh E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	86
4.4.5	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee .....	87
4.4.6	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Kesadaran Halal.....	87
4.4.7	Pengaruh Harga Terhadap Kesadaran Halal.....	88
4.4.8	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kesadaran Halal.....	88
4.4.9	Pengaruh E-WoM Terhadap Kesadaran Halal.....	89
4.4.10	Pengaruh Mediasi Kesadaran Halal Antara Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	89

4.4.11 Pengaruh Mediasi Kesadaran Halal Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	89
4.4.12 Pengaruh Mediasi Kesadaran Halal Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	90
4.4.13 Pengaruh Mediasi Kesadaran Halal Antara E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	91
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	91
5.3 Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Minat Pengguna E-Commerce di Indonesia pada tahun 2020.....	4
Tabel 2 Minat Pengguna E-Commerce di Indonesia pada tahun 2020 (Berdasarkan Umur).....	5
Tabel 3 Tingkat Kesadaran Halal di Jabodetabek (Berdasarkan Umur).....	8
Tabel 4 Matriks Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 5 Skala Likert.....	49
Tabel 6 Pengukuran Variabel.....	50
Tabel 7 Parameter Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha .....	58
Tabel 8 Kategori Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 9 Kategori Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 10 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
Tabel 11 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 12 Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku (per bulan) .	64
Tabel 13 Kategori Responden Berdasarkan Status Menikah.....	65
Tabel 14 Kategori Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Make-Up Halal di Shopee.....	65
Tabel 15 Keterangan pada Nilai Responden.....	66
Tabel 16 Outer Loading .....	73
Tabel 17 Average Variance Extracted (AVE) .....	76
Tabel 18 Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 19 R-Square.....	78
Tabel 20 Path Coefficient .....	79
Tabel 21 Q-Square .....	80
Tabel 22 F-Square .....	81
Tabel 23 Uji T-Statistik.....	82
Tabel 24 Uji Mediasi.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peringkat Situs Jual Beli Daring Berdasarkan Survei Top Brand Index	6
<i>Gambar 2 Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer</i> .....	46
<i>Gambar 3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian</i> .....	67
Gambar 4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal.....	68
Gambar 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	69
Gambar 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	70
Gambar 7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	71
Gambar 8 Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Halal.....	72
Gambar 9 Outer Model .....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 123 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Hasil Output PLS