



**PENGARUH NEGARA ASAL, LABEL HALAL, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN  
KOSMETIK FOCALLURE DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**SEPIANA ANWAR 2210116004**

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



**PENGARUH NEGARA ASAL, LABEL HALAL, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN  
KOSMETIK FOCALLURE DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

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

**SEPIANA ANWAR 2210116004**

**PROGRAM SARJANA EKONOMI SYARIAH  
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 benar.

Nama : Sepiana Anwar

NIM : 2210116004

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

Jakarta, 10 Desember 2025

Yang Menyatakan,

  
(Sepiana Anwar)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

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

Nama : Sepiana Anwar  
NIM : 2210116004  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Negara Asal, Label Halal, dan Citra Merek Terhadap  
Kepercayaan Konsumen Kosmetik Focallure di Jabodetabek**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas 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 sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 10 Desember 2025  
Yang menyatakan,

  
(Sepiana Anwar)

## SKRIPSI

### PENGARUH NEGARA ASAL, LABEL HALAL DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN KOSMETIK FOCALLURE DI JABODETABEK

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**SEPIANA ANWAR 2210116004**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 10 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.**  
Ketua Penguji



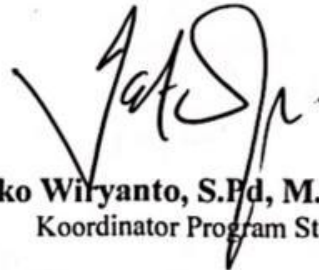
**Diva Azka Karimah, M.E.**  
Penguji I



**Tati Handayani, S.E, M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, S.E, M.M.**  
Dekan



**Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF**  
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 29 Desember 2025

# ***The Influence of Country of Origin, Halal Label, and Brand Image on Consumer Trust in Focallure Cosmetics in Jabodetabek***

***By Sepiana Anwar***

## **Abstract**

*The cosmetics industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with increasing beauty trends and rising halal awareness among Muslim consumers. Amid competition between local and imported products, many Muslim consumers remain unaware of the importance of halal labeling on cosmetic items. Meanwhile, China is recorded as the largest exporter of cosmetics to Indonesia, making consumer perceptions of Chinese-made products, including the Focallure brand, an important issue to investigate. This study aims to analyze the influence of country of origin, halal labeling, and brand image on consumer trust toward Focallure cosmetics in the Jabodetabek area. The research employed a quantitative approach with a non-probability sampling technique using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire distributed to 140 Muslim female consumers in Jabodetabek, then analyzed using descriptive quantitative methods and tested with Partial Least Squares (PLS) through SmartPLS. Data evaluation involved both the Outer Model and Inner Model. The results indicate that country of origin, halal label, and brand image each have a significant influence on consumer trust in Focallure cosmetics. The implications of this study provide insights for cosmetic companies to strengthen consumer trust through enhancing country-of-origin credibility, ensuring clear halal labeling, and building a consistent brand image to remain competitive in the growing cosmetics market.*

**Keywords:** *brand image, country of origin, consumer trust, halal label*

# **Pengaruh Negara Asal, Label Halal, dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Kosmetik Focallure Di Jabodetabek**

**Oleh Sepiana Anwar**

## **Abstrak**

Industri kosmetik di Indonesia tumbuh pesat seiring meningkatnya tren kecantikan dan kesadaran halal di kalangan konsumen Muslim saat ini. Di tengah persaingan produk lokal dan impor, masih terdapat sebagian masyarakat Muslim yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya label halal pada produk kosmetik. Di sisi lain, China tercatat sebagai negara pengimpor kosmetik terbesar ke Indonesia, sehingga persepsi konsumen terhadap produk asal China dengan salah satunya merek *Focallure*, menjadi isu menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh negara asal, label halal, dan citra merek terhadap kepercayaan konsumen pada kosmetik Focallure di Jabodetabek. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 140 konsumen Muslimah di JABODETABEK, lalu dianalisis secara deskriptif kuantitatif, diuji menggunakan *Partial Least Square* dengan SmartPLS. Uji data dilakukan menggunakan Outer Model dan Inner Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara asal, label halal, dan citra merek masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen kosmetik Focallure di JABODETABEK. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan wawasan bagi perusahaan kosmetik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui penguatan aspek negara asal, pencantuman label halal yang jelas, serta pembangunan citra merek yang konsisten, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata kunci:** citra merek, kepercayaan konsumen, label halal, negara asal



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR  
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 10 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Sepiana Anwar  
NIM : 2210116004  
Program Studi : Ekonomi Syariah S1  
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Negara Asal, Label Halal, dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Kosmetik Focalure di JABODETABEK**

Dinyatakan yang bersangkutan ~~Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang~~\*, dengan Nilai Rata-Rata 85.10 dan Nilai Huruf A.....

**Tim Penguji**

| No | Dosen Penguji                 | Jabatan        | Tanda Tangan |
|----|-------------------------------|----------------|--------------|
| 1  | Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. | Ketua          |              |
| 2  | Diva Azka Karimah, M.E.       | Anggota I      |              |
| 3  | Tati Handayani, S.E, M.M.     | Anggota II **) |              |

Keterangan:

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

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A  
80 - 84.99 = A-  
75 - 79.99 = B+  
70 - 74.99 = B  
65 - 69.99 = B-  
60 - 64.99 = C+  
55 - 59.99 = C  
40 - 54.99 = D  
0 - 39.99 = E

Jakarta, 10 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

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

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan kekuatannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Negara Asal, Label Halal dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Kosmetik Focallure di JABODETABEK”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas segala petunjuk dan kemudahan yang diberikan di setiap proses. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ, Bapak Fadli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF. selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ dan penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Tati Handayani S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menjadi rekan diskusi dan senantiasa memberi arahan dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Anwar dan Ibu Umikah yang doa, cinta tanpa syarat, dan pengorbanannya menjadi alasan utama penulis dapat sampai pada titik ini. Mereka adalah cahaya yang tidak pernah padam, bahkan saat dunia terasa gelap. Dukungan dari kakak dan adik penulis juga senantiasa memberikan semangat yang luar biasa. Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman angkatan, khususnya teman kost JKT58 yang selalu berjuang bersama dan pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Semoga, segala kebaikan akan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah Swt.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat menerima masukan yang membangun untuk perkembangan penulisan ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 10 Desember 2025

Sepiana Anwar

## DAFTAR ISI

|                                                                                   |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL.....</b>                                                        | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                                        | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                                               | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK<br/>KEPERLUAN AKADEMIS.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                                    | <b>v</b>    |
| <i>Abstract.....</i>                                                              | <i>vi</i>   |
| <b>Abstrak.....</b>                                                               | <b>vii</b>  |
| <b>BERITA ACARA.....</b>                                                          | <b>viii</b> |
| <b>PRAKATA.....</b>                                                               | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                            | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                         | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                         | <b>xiii</b> |
| <br>                                                                              |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                     | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                           | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                         | 9           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                        | 9           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                       | 9           |
| <br>                                                                              |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                               | <b>11</b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                          | 11          |
| 2.1.1 Kepercayaan Konsumen.....                                                   | 11          |
| 2.1.2 Negara Asal.....                                                            | 13          |
| 2.1.3 Label Halal .....                                                           | 16          |
| 2.1.4 Citra Merek .....                                                           | 18          |
| 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....                                              | 20          |
| 2.3 Model Penelitian.....                                                         | 27          |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                                    | 27          |
| <br>                                                                              |             |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                            | <b>29</b>   |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....                             | 29          |
| 3.1.1 Definisi Operasional .....                                                  | 29          |

|                                          |                                                          |           |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.2                                    | Pengukuran Variabel .....                                | 30        |
| 3.2                                      | Populasi dan Sampel.....                                 | 32        |
| 3.2.1                                    | Populasi .....                                           | 32        |
| 3.2.2                                    | Sampel.....                                              | 32        |
| 3.3                                      | Teknik Pengumpulan Data .....                            | 33        |
| 3.3.1                                    | Jenis Data .....                                         | 33        |
| 3.3.2                                    | Sumber Data.....                                         | 33        |
| 3.3.3                                    | Pengumpulan Data .....                                   | 33        |
| 3.4                                      | Teknik Analisis Data .....                               | 34        |
| 3.4.1                                    | Analisis Deskriptif .....                                | 34        |
| 3.4.2                                    | Model pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....            | 35        |
| 3.4.4                                    | Model Struktural (Inner Model).....                      | 36        |
| 3.4.5                                    | Hipotesis.....                                           | 37        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                                          | <b>38</b> |
| 4.1                                      | Deskripsi Objek Penelitian .....                         | 38        |
| 4.2                                      | Deskripsi Data Penelitian .....                          | 39        |
| 4.2.1                                    | Deskripsi Data Responden .....                           | 39        |
| 4.3                                      | Uji Hipotesis dan Analisis .....                         | 42        |
| 4.3.1                                    | Analisis Deskriptif .....                                | 42        |
| 4.3.2                                    | Analisis Data Inferensial .....                          | 51        |
| 4.3.3                                    | Uji Hipotesis.....                                       | 58        |
| 4.4                                      | Pembahasan .....                                         | 59        |
| 4.4.1                                    | Pengaruh Negara Asal Terhadap Kepercayaan Konsumen.....  | 59        |
| 4.4.2                                    | Pengaruh Label Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen.....  | 61        |
| 4.4.3                                    | Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen ..... | 63        |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>            |                                                          | <b>67</b> |
| 5.1                                      | Kesimpulan.....                                          | 67        |
| 5.2                                      | Keterbatasan Penelitian .....                            | 68        |
| 5.3                                      | Saran.....                                               | 68        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>              |                                                          | <b>70</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>               |                                                          | <b>78</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                     |                                                          | <b>79</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Nilai Konsumsi Kosmetik Halal Indonesia SGIE 2020-2024.....  | 1  |
| Gambar 3. Preferensi Responden dalam Memilih Brand Kosmetik 2022 ..... | 3  |
| Gambar 4. Model Penelitian .....                                       | 27 |
| Gambar 5. Logo Focallure .....                                         | 38 |
| Gambar 6. Logo Halal MUI dan barcode BPOM Kosmetik Focallure.....      | 39 |
| Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Konsumen .....      | 43 |
| Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Negara Asal .....               | 45 |
| Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Label Halal .....               | 47 |
| Gambar 10. Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....               | 49 |
| Gambar 11. Output SmartPLS .....                                       | 53 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Jumlah Penduduk Perempuan di Jabodetabek tahun 2023 .....                                        | 2  |
| Tabel 2. Data Nilai Impor Kosmetik di Indonesia 2022 .....                                                | 4  |
| Tabel 3. Data Nilai Impor Produk Kosmetik Dari Negara China di Indonesia<br>Tahun 2023 .....              | 5  |
| Tabel 4. Market Share Produk Focallure di Tiktok Februari-April 2024. ....                                | 6  |
| Tabel 5. Tabel Matriks Penelitian Terdahulu.....                                                          | 25 |
| Tabel 6. Skala Likert .....                                                                               | 31 |
| Tabel 7. Indikator Pengukuran Variabel .....                                                              | 31 |
| Tabel 8. Indeks Batas .....                                                                               | 35 |
| Tabel 9. Reliabilitas .....                                                                               | 36 |
| Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....                                              | 40 |
| Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                                   | 40 |
| Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Belum Pernah<br>Membeli Kosmetik Focallure..... | 41 |
| Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Jenis Produk Kosmetik<br>Focallure.....            | 41 |
| Tabel 14. <i>Outer Loading</i> .....                                                                      | 51 |
| Tabel 15. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....                                                   | 54 |
| Tabel 16. <i>Cross Loading</i> .....                                                                      | 54 |
| Tabel 17. <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....                                         | 56 |
| Tabel 18. Nilai R-Square.....                                                                             | 56 |
| Tabel 19. Hasil Uji T-Statistik .....                                                                     | 58 |