



**DETERMINASI PENGARUH CITRA MEREK *SKINCARE*
PRODUK PELEMBAB WAJAH GLAD2GLOW PADA
KONSUMEN MUSLIM DI JABODETABEK**

SKRIPSI

MARSHANDA AULIA PUTRI RITONGA 2210116003

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

2026



**DETERMINASI PENGARUH CITRA MEREK *SKINCARE*
PRODUK PELEMBAB WAJAH GLAD2GLOW PADA
KONSUMEN MUSLIM DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MARSHANDA AULIA PUTRI RITONGA 2210116003

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

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Marshanda Aulia Putri Ritonga

NIM : 2210116003

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

Jakarta, 06 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Marshanda Aulia Putri Ritonga)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Marshanda Aulia Putri Ritonga
NIM : 2210116003
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 Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

DETERMINASI PENGARUH CITRA MEREK *SKINCARE* PRODUK PELEMBAB WAJAH GLAD2GLOW PADA KONSUMEN MUSLIM 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 Juli 2026

Yang menandatangani



(Marshanda Aulia Putri Ritonga)

SKRIPSI

DETERMINASI PENGARUH CITRA MEREK *SKINCARE* PRODUK PELEMBAB WAJAH GLAD2GLOW PADA KONSUMEN MUSLIM DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MARSHANDA AULIA PUTRI RITONGA 2210116003

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 06 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

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

Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.
Penguji I

Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Juhaedah, S.E, M.M
Dekan

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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

Determinants of the Influence of the Brand image of Glad2Glow Facial Moisturizer on Muslim Consumers in the Jabodetabek

By Marshanda Aulia Putri Ritonga

ABSTRACT

The halal cosmetics industry in Indonesia is growing in tandem with increasing awareness among Muslim consumers of products that comply with Islamic sharia law and are environmentally friendly. However, in an increasingly competitive market, building brand image has become a significant challenge for skincare companies. This study aims to analyze the influence of halal literacy, halal labeling, and green advertising on the brand image of Glad2Glow facial moisturizers among Muslim consumers in the Greater Jakarta area. This study employed a quantitative approach involving 140 respondents and was analyzed using Partial Least Squares (PLS). The results indicate that halal labeling and green advertising have a positive and significant effect on brand image, whereas halal literacy does not have a significant effect even though it is relatively high because the Glad2Glow brand has not yet optimally highlighted its halal aspects, so this knowledge is not yet reflected in consumer perceptions. These findings imply the need to enhance the visibility of halal labels and the intensity of green advertising as key strategies for brand image building, as well as to reorient communication regarding product halal status to align with consumers' high level of halal literacy. Thus, clear halal signals and green advertising have a greater influence on the brand image of halal skincare products than consumers' knowledge of halal. This study is limited to respondents' answers and the Jabodetabek region.

Keyword: *brand image, green advertising, halal label, halal literacy, skincare*

Determinasi Pengaruh Citra Merek *Skincare* Produk Pelembab Wajah Glad2Glow pada Konsumen Muslim di Jabodetabek

Oleh Marshanda Aulia Putri Ritonga

ABSTRAK

Industri kosmetik halal di Indonesia berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap produk yang sesuai dengan syaria'ah islam dan ramah lingkungan. Namun, dalam persaingan yang semakin ketat membangun citra merek menjadi tantangan penting bagi perusahaan *skincare*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal, label halal dan *green advertising* terhadap citra merek produk pelembab wajah Glad2Glow pada konsumen muslim di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 140 responden dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil menunjukkan label halal dan *green advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, sedangkan literasi halal tidak berpengaruh signifikan meskipun tergolong tinggi, karena citra merek Glad2Glow belum optimal menunjukkan aspek kehalalannya sehingga pengetahuan tersebut belum tercermin dalam persepsi konsumen. Temuan ini mengimplikasikan perlunya penguatan visibilitas label halal dan intensitas *green advertising* sebagai strategi utama pembentukan citra merek, serta reorientasi komunikasi kehalalan produk agar selaras dengan literasi halal konsumen yang tinggi. Dengan demikian, label halal yang jelas dan *green advertising* lebih banyak memengaruhi citra merek produk *skincare* halal daripada pengetahuan konsumen tentang halal. Penelitian ini terbatas pada jawaban responden dan cakupan wilayah Jabodetabek.

Kata Kunci: citra merek, *green advertising*, label halal, literasi halal, *skincare*



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 GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 6 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Marshanda Aulia Putri Ritonga
NIM : 2210116003
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

**DETERMINASI PENGARUH CITRA MEREK SKINCARE PRODUK PELEMBAB
WAJAH GLAD2GLOW PADA KONSUMEN MUSLIM DI JABODETABEK**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Sidang Ulang~~*, dengan Nilai Rata-Rata 83.52
dan Nilai Huruf A-

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.	Anggota I	
3	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	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, 6 Juli 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Determinasi Pengaruh Citra Merek *Skincare* Produk Pelembab Wajah Glad2Glow pada Konsumen Muslim di JABODETABEK”** dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku Plt. Koordinator Program Studi S1 Ekonomi Syariah.
3. Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, saran, bimbingan, serta ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Lukmanul Hakim Ritonga dan pintu surgaku Ibunda Rialina Siregar yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang yang tak pernah putus, pengorbanan dan dukungan yang tiada henti. Karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk cinta dan rasa terimakasih yang tak akan pernah cukup untuk membalas segala perjuangan Ayah dan Bunda.
5. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seseorang berinisial AF yang selalu menemani setiap proses, dukungan, perhatian, motivasi dan semangat yang tidak pernah berhenti diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan doa yang selalu menyertai menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan setiap tahapan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Ucapan terimakasih yang tulus penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat tercinta, Maria, Syifa, Suci, dan Najwa. Terima kasih karena selalu hadir, bukan hanya dalam tawa, tetapi juga di setiap rasa lelah, cemas, dan ragu yang penulis alami selama proses penyusunan skripsi. Kehadiran, perhatian, doa, semangat, serta kebersamaan yang kalian berikan menjadi penguat di setiap langkah hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi rumah kedua bagi penulis dan pendengar terbaik di setiap keluh kesah. Semoga persahabatan ini selalu terjaga, dipenuhi kebahagiaan, dan membawa kita semua menuju impian terbaik di masa depan.

7. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada teman seperjuangan penulis Irsyadi, Emil, Liza yang telah menjadi teman seperjuangan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala dukungan, bantuan, motivasi, serta kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berdiskusi, berbagi pengalaman, dan saling menguatkan dalam menghadapi berbagai tantangan selama menempuh pendidikan.

8. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada dua sahabat Cherry dan Salwa yang telah memberikan dukungan, perhatian, doa, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap waktu, kepedulian, dan motivasi yang diberikan, sehingga penulis dapat melalui setiap tantangan dengan lebih baik. Kehadiran kalian menjadi salah satu penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 06 Juli 2026

Marshanda Aulia Putri Ritonga

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
BERITA ACARA.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Consumer behavior</i>	12
2.1.2. Citra Merek	14
2.1.3 Literasi Halal	16
2.1.4 Label Halal	18
2.1.5 <i>Green advertising</i>	20
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3. Model Penelitian	29
2.4. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional.....	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data	37
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.4.2 Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	39
3.4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>)	40
3.4.4 Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	43
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	45
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis.....	51
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	51
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner model</i>)	54
4.4.3 Uji Hipotesis	56
4.5 Pembahasan.....	58
4.5.1 Pengaruh Literasi Halal Terhadap Citra Merek.....	58

4.5.2 Pengaruh Label Halal Terhadap Citra Merek.....	61
4.5.3 Pengaruh <i>Green advertising</i> Terhadap Citra Merek	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
RIWAYAT HIDUP	79
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrix Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 2. Skala Likert	34
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4. Indeks Batas	39
Tabel 5. Reliabilitas.....	40
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 7.Usia Responden.....	44
Tabel 8. Domisili Responden	44
Tabel 9. Agama Responden.....	45
Tabel 10. <i>Outer loading</i>	51
Tabel 11. <i>Average variance extracted</i> (AVE).....	54
Tabel 12. Cronbach's Alpha.....	54
Tabel 13. <i>R-square</i>	55
Tabel 14. Hasil Uji T	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Industri Kosmetik Halal Global Tahun 2020-2025	1
Gambar 2. Klaim Perawatan Kulit Paling Penting Bagi Konsumen Tahun 2023 ...	5
Gambar 3. 10 Brand Pelembab Wajah Terlaris di Shopee Indonesia Berdasarkan Pangsa Pasar (Juli-September 2025).....	7
Gambar 4. Logo Halal Indonesia	18
Gambar 5. Model Penelitian	30
Gambar 6. Logo Halal MUI dan barcode BPOM Produk Pelembab Wajah Glad2Glow	43
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	45
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap Literasi Halal	47
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap Label Halal	48
Gambar 10. Tanggapan Responden Terhadap <i>Green advertising</i>	49
Gambar 11. Hasil Output Smart PLS 4.0	53

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi	80
Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan	81
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	101
Lampiran 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	102
Lampiran 7. Output <i>Outer model</i> SmartPLS 4.0	103
Lampiran 8. Hasil Output Model PLS 4.0	104