



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE* SAFI
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

AMANDA RISMAYANTI 2210116011

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**



**DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE* SAFI
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

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

AMANDA RISMAYANTI 2210116011

**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 : Amanda Rismayanti

NIM : 2210116011

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

Jakarta, 24 Juli 2025

Yang menyatakan,



Amanda Rismayan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Amanda Rismayanti

NIM : 2210116011

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 Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Determinan Loyalitas Konsumen *Skincare* SAFI 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 : 24 Juli 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a circular library stamp. The stamp contains the text 'MEYERU TEMPEW' and 'BRAC8ANX755730101'.

Amanda Rismayanti

SKRIPSI

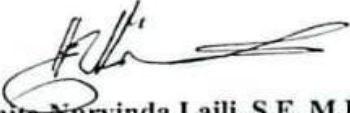
DETERMINAN LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE* SAFI DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AMANDA RISMAYANTI 2210116011

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


Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A CDIF
Ketua Penguji


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


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


Dr. Subaedah S.E., M.M.
Dekan


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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

Determining SAFI skincare Consumer Loyalty in Jabodetabek

By Amanda Rismayanti

ABSTRACT

The halal cosmetics industry in Indonesia has experienced significant growth, driven by increasing awareness among Muslim consumers regarding the importance of beauty products that are halal-certified, innovative, and effectively marketed. However, amid increasingly fierce market competition with the emergence of various local and international brands, consumer loyalty to specific brands tends to be unstable. Consumers are now increasingly selective and tend to switch brands due to aggressive competitor promotions on social media and demands for continuous product innovation, even as awareness of halal values and the importance of innovation continues to rise. This phenomenon reflects a gap between the values consumers hold and their repurchase decisions, particularly for halal skincare brands like SAFI, as analyzed through a quantitative approach involving 150 respondents. Data analysis was conducted using the SEM-PLS method with the Smart-PLS application. The results indicate that halal awareness, sustainable innovation, and promotional mix have a positive and significant influence on SAFI consumer loyalty. These findings indicate that awareness of halal certification, a commitment to sustainable innovation, and a targeted promotional mix strategy are key factors in building and maintaining consumer loyalty. Therefore, companies need to consistently communicate the benefits of halal products, introduce relevant product innovations, and design integrated promotional programs to enhance consumer loyalty in an increasingly competitive market.

Keywords: *Promotional mix, sustainable innovation, halal awareness, consumer loyalty, SAFI, skincare.*

Determinan Loyalitas Konsumen *Skincare* SAFI di Jabodetabek

Oleh Amanda Rismayanti

ABSTRAK

Industri *skincare* halal di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap pentingnya produk kecantikan yang tersertifikasi halal, inovatif, dan dipasarkan secara efektif. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dengan hadirnya berbagai merek lokal maupun internasional, loyalitas konsumen terhadap merek tertentu cenderung tidak stabil. Konsumen kini semakin kritis dan mudah berpindah merek akibat gencarnya promosi pesaing di media sosial serta tuntutan terhadap inovasi produk yang berkelanjutan, meskipun kesadaran terhadap nilai halal dan pentingnya inovasi terus meningkat. Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara persepsi nilai yang diyakini konsumen dengan keputusan pembelian ulang yang sesungguhnya, khususnya pada merek *skincare* halal seperti SAFI menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 150 responden. Pengolahan data dilakukan dengan metode SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal, inovasi berkelanjutan, dan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen SAFI. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal, komitmen terhadap inovasi yang berkelanjutan, serta strategi bauran promosi yang tepat sasaran merupakan faktor-faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen, sehingga implikasinya SAFI perlu secara konsisten mempertahankan keunggulan halal produknya, terus menghadirkan inovasi berbasis prinsip berkelanjutan (*sustainable innovation*) yang relevan dengan kebutuhan konsumen, serta merancang bauran promosi yang terintegrasi antara media digital dan konvensional guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar *skincare* halal yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: bauran promosi, inovasi berkelanjutan, kesadaran halal, loyalitas konsumen, *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 : Amanda Rismayanti
NIM : 2210116011
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

Determinan Loyalitas Konsumen Skincare SAFI di Jabodetabek.

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata^{81,53}
dan Nilai Huruf *A-*.

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, 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, 6 Juli 2026

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 dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinan Loyalitas Konsumen *Skincare* SAFI di Jabodetabek” ini dengan baik, tepat waktu dan penuh kesabaran. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Pembangunan Nasioanl “Veteran” Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UPNVJ sekaligus Dosen Pembimbing Akademik Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF, selaku ketua Program Studi, Kepada Ibu Tati Handayani, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni Lc., MA., CDIF. dan Bapak Ade Nur Rohim, SHI., M.E.I., CDIF selaku dosen penguji atas waktu dan perhatian yang telah diberikan untuk menilai serta memberikan masukan yang konstruktif terhadap penelitian penulis.

Terima kasih teruntuk kedua orang tua penulis, Bapak Suritno dan Ibu Irmayanti Hutabarat dua orang yang sangat penulis cintai dan sayangi dan paling berjasa senantiasa selalu mengusahakan anak terakhirnya dalam menempuh pendidikan. Penulis percaya doa mereka yang senantiasa menuntun penulis melewati masa-masa sulit dan senantiasa memeluk dan memberikan dukungan moril dan materiil tanpa henti. Serta teman-teman terdekat penulis yang telah memberikan doa, semangat, dan kenangan yang baik selama masa studi. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, 25 Juni 2026

Amanda Rismayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
BAB II	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 Loyalitas Konsumen	24
2.1.2 Kesadaran Halal	28
2.1.3 Inovasi Berkelanjutan	30
2.1.4 Bauran Promosi	33
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	35
2.3 Model Penelitian	43
2.4 Hipotesis Penelitian	44
BAB III	45
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.1.1 Definisi Operasional	45
3.1.2 Pengukuran Variabel	46
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48

3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.3.1 Jenis Data	49
3.3.2 Sumber Data	50
3.3.3 Pengumpulan Data	50
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
3.4.1 Teknik Analisis Data	50
3.4.2 Analisis Deskriptif	51
3.4.3 Model pengukuran (Outer Model)	52
3.4.4 Model Struktural (Inner Model)	53
3.4.5 Uji Hipotesis	55
BAB IV	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56
4.2 Deskripsi Data Penelitian	57
4.2.1 Deskripsi Data Responden	58
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	59
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	59
4.3.2 Outer Model	65
4.3.3 Inner Model	70
4.3.4 Uji Hipotesis	74
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Loyalitas Konsumen	76
4.4.2 Pengaruh Inovasi Berkelanjutan Terhadap Loyalitas Konsumen	79
4.4.3 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	83
BAB V	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Keterbatasan Penelitian	87
5.3 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

Table 1. Nilai Pasar Industri Kosmetik Indonesia (2021–2024).....	14
Table 2. Matriks Penelitian Terdahulu.....	40
Table 3. Skala Likert	47
Table 4. Pengukuran Variabel	47
Table 5. Interpretasi Nilai Responden.....	52
Table 6. Tingkat Reliabilitas.....	53
Table 7. Karakteristik Jenis Kelamin.....	58
Table 8. Karakteristik Berdasarkan Usia	58
Table 9. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	59
Table 10. Karakteristik Berdasarkan Agama	59
Table 11. Keterangan Pada Nilai Responden	60
Table 12. Jawaban Responden terhadap Loyalitas Konsumen	60
Table 13. Jawaban Responden terhadap Kesadaran Halal.....	61
Table 14. Jawaban Responden terhadap Inovasi Berkelanjutan	62
Table 15. Jawaban Responden terhadap Bauran Promosi	63
Table 16. Outer Loading.....	65
Table 17. Average Variance Extracted (AVE)	67
Table 18. Uji Reliabilitas	70
Table 19. R- Square	71
Table 20. Uji T-Statistik	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Top 5 Global Konsumen Kosmetik Halal	13
Gambar 2 Model Penelitian	43
Gambar 3 Produk SAFI	56
Gambar 4 Kampanye SAFI.....	57
Gambar 5 Diagram Jalur.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Persetujuan Sidang Skripsi

Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 120 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Hasil Output Smart-PLS