



FAKTOR–FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK BERLABEL HALAL PADA GENERASI Y DAN Z DI KOTA MAKASSAR

INAYAH SHOFA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Faktor–Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal pada Generasi Y dan Z di Kota Makassar” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Inayah Shofa
K1401201033

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

INAYAH SHOFA. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal pada Generasi Y dan Z di Kota Makassar. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI dan SUHENDI.

Kota Makassar dengan pertumbuhan ekonomi tinggi dengan mayoritas Muslim serta didominasi Generasi Y dan Z, menunjukkan potensi besar bagi industri kosmetik halal. Banyak penelitian telah mengkaji minat beli kosmetik halal menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB), namun hasilnya tidak konsisten. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen terhadap kosmetik berlabel halal, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli, dan memberikan rekomendasi. Menggunakan TPB dan *brand image*, penelitian melibatkan 137 perempuan Muslim dari Generasi Y dan Z di Makassar yang dipilih dengan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil menunjukkan norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, sementara sikap dan *brand image* kurang memengaruhi. Penelitian ini merekomendasikan produsen kosmetik halal fokus pada strategi pemasaran yang memperkuat norma subjektif dan kontrol perilaku.

Kata kunci: *brand image*, kosmetik halal, minat beli, SEM-PLS, *theory of planned behavior*.

ABSTRACT

INAYAH SHOFA. Factors Influencing Purchase Intention of Halal Labeled Cosmetics for Generation Z and Y in Makassar City. Supervised by FEBRIANTINA DEWI and SUHENDI.

Makassar City, with high economic growth, a predominantly Muslim population, and a large percentage of Generation Y and Z, shows great potential for the halal cosmetics industry. Many studies have examined purchase intentions for halal cosmetics using the Theory of Planned Behavior (TPB), but the results have been inconsistent. This study aims to identify consumer characteristics towards halal-labeled cosmetics, analyze factors influencing purchase intentions, and provide recommendations. Using TPB and brand image, the research involved 137 Muslim women from Generation Y and Z in Makassar, selected through purposive sampling. Data were collected with a questionnaire and analyzed using descriptive analysis and Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). The results show that subjective norms and perceived behavioral control significantly positively affect purchase intentions, while attitudes and brand image have less impact. The study recommends that halal cosmetics producers focus on marketing strategies that strengthen subjective norms and behavioral control.

Keywords: brand image, halal cosmetics, purchase intention, SEM-PLS, theory of planned behavior



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



FAKTOR–FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KOSMETIK BERLABEL HALAL PADA GENERASI Y DAN Z DI KOTA MAKASSAR

INAYAH SHOFA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.
- 2 Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal pada Generasi Y dan Z di Kota Makassar

Nama : Inayah Shofa
NIM : K1401201033

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Suhendi, S.P, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 22 Juli 2024

Tanggal Lulus: 09 Agustus 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini berjudul “Faktor–Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal pada Generasi Y dan Z di Kota Makassar”.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menghadapi berbagai kendala yang berhasil diatasi berkat bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. dan Dr. Suhendi, S.P, M.M. selaku pembimbing yang banyak berkontribusi dalam memberikan motivasi, arahan, saran, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen seminar dan penguji yang telah memberikan masukan dan arahan dalam menyempurnakan skripsi ini.
3. Dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah mendidik, membimbing, dan membantu penulis selama proses perkuliahan.
4. Kedua orang tua penulis, Bapak Irwansyah dan Ibu Ramlah yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, serta memberikan segala dukungan dan senantiasa mendoakan tanpa henti.
5. Kakek dan Nenek penulis, yang telah memotivasi dan juga memberikan finansial tambahan untuk penulis agar semangat menjalani perkuliahan di tanah rantau.
6. Saudara penulis, Nur Afiah yang selalu mengingatkan kebaikan dan mendoakan penulis
7. Sahabat sejak SMP Syahada, Andini, Syitha, Bilah, Icha, Made, Nada yang selalu menemani saat suka dan duka, memberikan kebahagiaan dan dorongan kepada penulis.
8. Sahabat sejak SMA Aica, Najwa, Raisa, Azhar, Rasya, Daus yang selalu mendengarkan curhatan dan meyempatkan waktu untuk memotivasi penulis.
9. Tahniah teman seperjuangan di IPB dari awal perkuliahan yang selalu memberikan dukungan dan menemani penulis selama masa perkuliahan.
10. Madinda, Dini, Muthia, Fanny, Raya, Oliv, Rifa yang telah menemani dan menghibur penulis semasa perkuliahan
11. Teman-teman Sekolah Bisnis IPB yang senantiasa menyemangati, memberi saran, dan kebersamai penulis selama kurang lebih 4 tahun di masa perkuliahan.
12. Teman-teman semasa *exchange*, bapak penjaga kost, teman magang, teman lomba dan semua yang telah hadir dan berkontribusi dalam kehidupan perkuliahan, memberikan warna dan cerita baru bagi penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Inayah Shofa

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Minat Beli	7
2.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	7
2.3 <i>Brand Image</i>	10
2.4 Halal	11
2.5 Sertifikasi dan Label Halal	11
2.6 Kosmetik dan Kosmetik Halal	12
2.7 Generasi Y	12
2.8 Generasi Z	12
2.9 Kerangka Pemikiran	13
2.10 Kerangka Hipotesis	14
III METODE	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2 Jenis dan Sumber Data	15
3.3 Metode Penarikan Sampel dan Skala Pengukuran	15
3.4 Metode Analisis Data	16
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	16
3.6 Analisis Deskriptif	18
3.7 <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	18
3.8 Batasan dan Definisi Operasional Variabel	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Karakteristik Responden	21
4.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	27
4.3 Rekomendasi Hasil	34
V KESIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	51



DAFTAR TABEL

1	Data penduduk muslim Sulawesi Selatan	4
2	Skala pengukuran	16
3	Hasil uji validitas	17
4	Hasil uji reliabilitas	18
5	Definisi operasional variabel	19
6	Karakteristik umum dan pembelian kosmetik responden	21
7	Perilaku responden tentang kosmetik berlabel halal	25
8	Nilai <i>Average Variance Etracted</i> (AVE)	28
9	Nilai <i>cross loading</i>	29
10	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	30
11	Nilai <i>R-Square</i>	30
12	Nilai <i>path coefficients</i>	31
13	Rekomendasi hasil	34

DAFTAR GAMBAR

1	Peringkat populasi muslim dunia	1
2	<i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) (Ajzen 1991)	8
3	Kerangka pemikiran	14
4	Model awal penelitian	19
5	Jenis produk kosmetik rias	23
6	Jenis produk kosmetik perawatan	24
7	Tempat pembelian kosmetik	24
8	Merek kosmetik yang dibeli	25
9	Nilai <i>loading factor</i> model awal	27
10	Hasil uji <i>loading factor</i> akhir	28

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	46
---	----------------------	----