



DETERMINAN YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN GENERASI Z PADA SKINCARE WARDAH

NUR AZHIZHAH ZHULKARNAIN



DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
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.



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 “Determinan yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Generasi Z pada *Skincare Wardah*” 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

Nur Azhizhah Zhulkarnain
H5401201073

- 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

NUR AZHIZAH ZHULKARNAIN. Determinan yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Generasi Z pada *Skincare* Wardah. Dibimbing oleh ASEP NURHALIM dan YEKTI MAHANANI.

Pendapatan *skincare* di Indonesia tertinggi pada tahun 2022 sebesar US\$ 2,05 miliar. Masyarakat lebih memilih menggunakan produk lokal. Hal tersebut juga didukung dengan penduduk Indonesia yang didominasi generasi Z dan target utama pemasaran untuk menciptakan loyalitas konsumen. Produk *skincare* yang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah Wardah. Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan yang memengaruhi loyalitas konsumen generasi Z pada *skincare* Wardah di Jabodetabek dengan mengambil sampel sebanyak 135 responden. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan dianalisis dengan *Structural Equation Model-Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang berpengaruh signifikan dan positif memengaruhi loyalitas konsumen adalah *brand trust* dan *perceived value*.

Kata kunci: halal, loyalitas konsumen, *skincare*, wardah

ABSTRACT

NUR AZHIZAH ZHULKARNAIN. Determinants that Affect Consumer Loyalty of Generation Z towards Wardah Skincare. Supervised by ASEP NURHALIM and YEKTI MAHANANI.

The skincare revenue in Indonesia in 2022 has the highest peak in US\$ 2.05 billion. Most of skincare consumer prefer to use local products. This is also supported by the population of Indonesia which has dominated by Generation Z and the main target of marketing to create consumer loyalty. There is a brand which popular and has the biggest market is Wardah. This study aims to analyze the determinants that affect the loyalty of Generation Z consumers to Wardah skincare in Jabodetabek by taking a sample of 135 respondents. The sampling of this study uses a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, and it is analyzed using the Structural Equation Model-Partial Least Square. The study's results shows that brand trust and perceived value significantly and positively influence consumer loyalty.

Keywords: customer loyalty, halal, skincare, wardah



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.



DETERMINAN YANG MEMENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN GENERASI Z PADA SKINCARE WARDAH

NUR AZHIZHAH ZHULKARNAIN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Ekonomi Syariah

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
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 Salahuddin El Ayyubi Lc., M.A.
- 2 Dr. Neneng Hasanah, S.Ag, M.A.



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

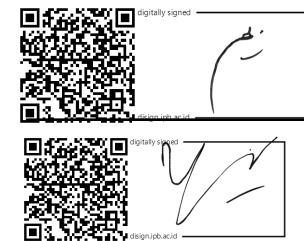
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Determinan yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Generasi Z pada *Skincare* Wardah
Nama : Nur Azhizhah Zhulkarnain
NIM : H5401201073

Disetujui oleh



Pembimbing 1:
Dr. Asep Nurhalim, Lc., M.Pd.I.

Pembimbing 2:
Yekti Mahanani, S.E., M.Sc. IBF.

Diketahui oleh



Ketua Ketua Departemen:
Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut., M.Si.
NIP: 198603102014041001



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Juli 2024 ini dengan judul “Determinan yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Generasi Z pada Skincare Wardah”.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas atas dukungan, bimbingan, bantuan, serta nasihat dari berbagai pihak. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, yaitu Ibu Sulastri dan Bapak Iwan Prastyo yang telah memberikan do'a, kasih sayang, dan dukungan hingga saat ini.
2. Bapak Dr. Asep Nurhalim, Lc., M.Pd.I. dan Ibu Yekti Mahanani, S.E., M.Sc. IBF. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan waktu, bimbingan, saran, masukan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Salahuddin El Ayyubi Lc., M.A. dan Ibu Dr. Neneng Hasanah, S.Ag, M.A. selaku dosen penguji pada sidang akhir dan memberikan saran yang bermanfaat pada tugas akhir penulis.
4. Seluruh dosen, staf, dan seluruh civitas akademik Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB yang telah memberikan ilmu serta bantuan kepada penulis.
5. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Bright Scholarship YBM BRILiaN selaku penyalur beasiswa telah membantu penulis menyelesaikan perkuliahan.
7. Teman Departemen Ilmu Ekonomi Syariah angkatan 57, teman Bright Scholarship *Batch 6* IPB, BEM FEM IPB Departemen Kajian Aksi dan Strategis Tahun 2022, KKNTI Desa Bojong, dan SOSMAS yang masih mendukung sampai saat ini, dan pihak lainnya yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Nur Azhizhah Zhulkarnain



DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Perilaku Konsumen	5
2.2 Loyalitas Konsumen	6
2.3 Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
2.4 Halal dan Produk Halal	7
2.5 Sertifikasi Halal dan Label Halal	7
2.6 <i>Brand Community</i>	8
2.7 <i>Brand Trust</i>	9
2.8 <i>Halal Awareness</i>	9
2.9 <i>Perceived Value</i>	9
2.10 Generasi Z	10
2.11 Teori Permintaan Mikroekonomi Syariah	10
2.12 Penelitian Terdahulu	11
2.13 Kerangka Penelitian	15
2.14 Hipotesis Penelitian	15
III METODE	16
3.1 Jenis dan Sumber Data	16
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.3 Metode Pengambilan Sampel	16
3.4 Metode Pengumpulan Data	16
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	16
3.6 Indikator Operasional Variabel	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Hasil	24
4.2 Pembahasan	31
V SIMPULAN DAN SARAN	33
5.1 Simpulan	33
5.2 Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	40

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.



1	Penelitian terdahulu	11
2	Skala <i>likert</i>	17
3	Hasil uji reliabilitas	18
4	Kriteria penilaian <i>outer</i> model dan <i>inner</i> model	18
5	Indikator variabel operasional	20
6	Karakteristik responden	24
7	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	26
8	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) pengujian ulang	27
9	Nilai <i>fornell larcker criterion</i>	28
10	<i>Output composite reliability</i>	28
11	Nilai koefisien jalur	29
12	Nilai <i>R-square</i>	30
13	Hasil uji <i>Q-square predictive relevance</i>	30
14	Nilai <i>F-square</i>	30

DAFTAR GAMBAR

15	Grafik popularitas <i>brand</i> kosmetik lokal tahun 2022	1
16	<i>Market share</i> produk <i>skincare</i> Wardah tahun 2020-2024	3
17	Label halal MUI dan BPJPH	8
18	Kurva permintaan islam	11
19	Kerangka penelitian	15
20	Model persamaan <i>outer</i> model	19
21	Model penelitian	19
22	Nilai <i>loading factor</i> awal	26
23	Nilai <i>loading factor</i> akhir	27
24	Hasil <i>bootstrapping</i>	29

DAFTAR LAMPIRAN

25	Kuesioner Penelitian	41
26	Hasil uji validitas	46
27	Nilai <i>cross loading</i>	47