

- 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.

ANALISIS *WILLINGNESS TO PAY* PRODUK *SKINCARE* HALAL PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

FATHIN ASHMA NAFISAH



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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 “Analisis *Willingness to Pay* Produk *Skincare* Halal pada Generasi Z di Jabodetabek” 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, Juli 2025

Fathin Ashma Nafisah
H5401211046

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

FATHIN ASHMA NAFISAH. Analisis *Willingness to pay* Produk *Skincare* Halal pada Generasi Z di Jabodetabek. Dibimbing oleh SALAHUDDIN EL AYYUBI dan QORIATUL HASANAH.

Generasi Z sebagai konsumen *digital-savvy* dan memiliki kesadaran tinggi terhadap produk halal menjadikan segmen pasar yang strategis dalam industri kosmetik halal yang terus berkembang pesat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *willingness to pay* terhadap produk *skincare* halal pada generasi Z perempuan di Jabodetabek serta menganalisis variabel apa saja yang memengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) Generasi Z terhadap *skincare* halal. Pada penelitian ini menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan regresi linear berganda dengan data yang dikumpulkan melalui survei daring 300 responden berusia 18–28 tahun. Hasil studi menunjukkan rata-rata harga maksimum WTP Generasi Z adalah Rp146.739/produk, dan estimasi harga jual optimal berdasarkan metode *bidding game* sebesar Rp73.370/produk. Faktor halal awareness, pendapatan, religiusitas, dan *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap WTP, sedangkan kualitas produk berpengaruh negatif.

Kata kunci: *Contingent Valuation Method* (CVM), Generasi Z, perilaku konsumen, *Skincare* halal, *willingness to pay*.

ABSTRACT

FATHIN ASHMA NAFISAH. Analysis of Willingness to Pay for Halal Skincare Products among Generation Z in Jabodetabek. SALAHUDDIN EL AYYUBI and QORIATUL HASANAH.

Generation Z, as digital-savvy consumers with high awareness of halal products, represents a strategic market segment in the rapidly growing halal cosmetic industry in Indonesia. This study aims to analyze the willingness to pay (WTP) for halal skincare products among female Generation Z consumers in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) and to examine the variables that influence their willingness to pay. The study employs the Contingent Valuation Method (CVM) and multiple linear regression, using data collected from an online survey of 300 respondents aged 18–28 years. The results show that the average maximum WTP of Generation Z is Rp146,739 per product, while the estimated optimal selling price based on the bidding game method is Rp73,370 per product. Factors such as halal awareness, income, religiosity, and brand image have a significant positive effect on WTP, whereas product quality has a negative effect.

Keywords: Consumer Behavior, Contingent Valuation Method (CVM), Generation Z, Halal Skincare, Willingness to pay



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 2025
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.

ANALISIS *WILINGNESS TO PAY* PRODUK *SKINCARE* HALAL PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

FATHIN ASHMA NAFISAH

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
2025**

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 Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc.
- 2 Dr. Neneng Hasanah, S.Ag. M.A.



Judul Skripsi : Analisis *Willingness to Pay* Produk *Skincare* Halal pada Generasi Z di Jabodetabek

Nama : Fathin Ashma Nafisah
NIM : H5401211046

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., M.A

Pembimbing 2:

Qoriatul Hasanah,Lc., MIRK

Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Syariah:

Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut, M.Si.

NIP 198603102013031001

Tanggal Ujian:
31 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah dengan judul “Analisis *Willingness to Pay* Produk *Skincare* Halal pada Generasi Z di Jabodetabek”

Ucapan terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya saya ucapkan untuk beberapa pihak berikut:

1. Orang tua penulis, Budinarso dan Laela Sukaya serta keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi.
2. Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., M.A serta Qoriatul Hasanah, Lc., M.IRK selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
3. Dr. Ranti Wiliasih, S.P., M.Si. selaku dosen *reviewer* pada seminar proposal, Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc. serta Dr. Neneng Hasanah, S.Ag. M.A. selaku dosen penguji siding skripsi yang sudah memberikan saran dan kritik membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Teman-teman Eksyar, terkhusus Wulan, Haura, Zahra, Widya, Roihana, Nisau, Imut, Jun, Fadya, Pipah, dan Dea yang selalu support, mendoakan, dan menemani penulis selama proses penyusunan skripsi.

Bogor, Juli 2025

Fathin Ashma Nafisah



@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.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR LAMPIRAN	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Perilaku Konsumen	8
2.2 <i>Skincare</i> Halal	9
2.3 Generasi Z	10
2.4 <i>Willingness to Pay</i>	11
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Hipotesis Penelitian	17
2.7 Kerangka pemikiran	19
III METODE	20
3.1 Waktu dan Tempat	20
3.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.3 Metode Penentuan Sampel	20
3.4 Metode Pengolahan Data	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Karakteristik Responden	26
4.2 Analisis Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	30
4.3 Uji Asumsi Klasik	32
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
V SIMPULAN DAN SARAN	38
5.1 Simpulan	38
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	56



DAFTAR TABEL

1.1	Budget pengeluaran bulanan gen Z	5
2.1	Perbedaan Generasi	10
2.2	Penelitian terdahulu	14
3.1	Skala likert	21
3.2	Tabel operasional	24
4.1	Karakteristik responden berdasarkan demografi	26
4.2	Karakteristik berdasarkan pengeluaran <i>skincare</i>	27
4.3	Rata-rata variabel <i>halal awareness</i>	27
4.4	Rata-rata variabel <i>product quality</i>	28
4.5	Rata-rata variabel <i>income</i>	28
4.6	Rata-rata variabel religiusitas	29
4.7	Rata-rata variabel <i>brand image</i>	29
4.8	Rata-rata variabel <i>willingness to pay</i>	30
4.9	Perbandingan persentase responden dengan metode <i>bidding game</i>	31
4.10	Hasil uji normalitas	32
4.11	Hasil uji multikolinearitas	32
4.12	Hasil uji heteroskedastisitas	33
4.13	Koefisien determinasi	33
4.14	Hasil uji F	34
4.15	Hasil uji T (uji parasial)	34

DAFTAR GAMBAR

1.1	Peningkatan penjualan paket kecantikan (<i>skincare</i>)	2
1.2	Hasil survei preferensi gen Z dalam memilih produk <i>skincare</i>	1
1.3	Jumlah penduduk Generasi Z di Jabodetabek	3
2.1	Kurva Permintaan	12
2.2	Kerangka pemikiran	19
4.1	Kurva WTP harga tiket dengan metode <i>bidding games</i>	31

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	46
2	Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reabilitas	51
3	Perhitungan Nilai Rataan WTP dan Perhitungan harga jual optimal	55