

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PURCHASE INTENTION MAKEUP HALAL PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI

SITI NUR ALFIANA GINTING



**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.



@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 Faktor-faktor yang Memengaruhi *Purchase Intention Makeup* Halal Pada Generasi Z di Kota Bekasi” 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 2025

Siti Nur Alfiana Ginting
H5401211064

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

SITI NUR ALFIANA GINTING. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase Intention Makeup* Halal Pada Generasi Z di Kota Bekasi. Dibimbing oleh NENENG HASANAH dan MUHAMMAD NUR FAAIZ F. ACHSANI.

Penggunaan kosmetik dikalangan Generasi Z terus meningkat, termasuk di Kota Bekasi yang memiliki tingkat pengeluaran kosmetik tertinggi kedua nasional, meskipun demikian kesadaran akan kehalalan produk kosmetik masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat beli *makeup* halal pada Generasi Z di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menganalisis bagaimana pembelian *makeup* halal terbentuk. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dan analisis *Partial Least Square – Structural Equation Model* (PLS-SEM), penelitian ini melibatkan 168 responden Generasi Z di Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, harga, utilitarian value, kualitas produk, halal awareness, dan halal knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pembelian *makeup* halal.

Kata kunci: Generasi Z, *makeup* halal, *purchase intention*, *sem-pls*.

ABSTRACT

SITI NUR ALFIANA GINTING. Analysis of Factors Influencing the Purchase Intention of Halal Makeup Among Generation Z in Bekasi City. Supervised by NENENG HASANAH and MUHAMMAD NUR FAAIZ F. ACHSANI.

Cosmetic use among Generation Z continues to increase, including in Bekasi City, which has the second highest level of cosmetic expenditure nationally. However, awareness of halal cosmetic products remains low. This study aims to analyze the factors that influence the intention to purchase halal makeup among Generation Z in Bekasi City. This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB) approach to analyze how halal makeup purchases are formed. The study was conducted using quantitative methods and Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM) analysis, this study involved 168 Generation Z respondents in Bekasi City. The results show that religiosity, price, utilitarian value, product quality, halal awareness, and halal knowledge have a positive and significant effect on the intensity of halal makeup purchases.

Keywords: Generation Z, *halal makeup*, *purchase intention*, *sem-pls*.

@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.



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.



@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.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PURCHASE INTENTION MAKEUP HALAL PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI

SITI NUR ALFIANA GINTING

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 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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc.
2. Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., M.A.

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi *Purchase Intention*
Makeup Halal pada Generasi Z di Kota Bekasi

Nama : Siti Nur Alfiana Ginting

NIM : H5401211064

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Neneng Hasanah, S.Ag., M.A.

NIP 197011252005012003

Pembimbing 2:

Muhammad Nur Faaiz F. Achsani, S.E., M.Sc.

NIP 199510122024061003

Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Syariah:

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

NIP 198603102013031001

Tanggal Ujian:
25 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Purchase Intention Makeup* Halal Pada Generasi Z di Kota Bekasi”.

Penulis menyadari bahwa selesainya karya ilmiah ini tidak terlepas dari doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya saya ucapkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Abdianta Ginting dan Mama Rosmaida br Purba, beserta Kakak Diyanti, Adik Lukman, Adik Tegar, Adik Adnan, dan Kakak Aryo, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan tanpa henti disetiap langkah penulis.
2. Ibu Dr. Neneng Hasanah, S.Ag., M.A. dan Bapak Muhammad Nur Faaiz F. Achsani, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing, memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini selesai.
3. Ibu Yekti Mahanani, S.E., M.Sc.IBF. selaku dosen *reviewer* seminar proposal, Ibu Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc. dan Bapak Dr. Salahuddin El Ayyubi, Lc., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Departemen Ilmu Ekonomi Syariah atas ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan, serta kepada teman-teman Eksyar 58 atas kebersamaan serta dukungan selama menjalani perkuliahan.
5. Kepada Adelya dan Shania, yang selalu hadir memberikan dukungan serta doa sejak masa SMA. Terima kasih atas kebersamaan yang menjadi penyemangat, teman diskusi, sumber tawa dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Ayu, Billa, Salma, dan Wildhan, terima kasih telah menjadi teman sekaligus rekan seperjuangan yang selalu memberikan dukungan moral, bantuan, serta semangat sejak masa perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
7. Responden dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bogor, Agustus 2025

Siti Nur Alfiana Ginting



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
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 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
2.2 Perilaku Konsumen	8
2.3 <i>Makeup</i> halal	9
2.4 Pengertian Religiusitas	10
2.5 Persepsi Harga	10
2.6 <i>Utilitarian Value</i>	11
2.7 Kualitas Produk	11
2.8 Halal <i>Awareness</i>	11
2.9 Halal <i>Knowledge</i>	12
2.10 <i>Purchase Intention</i> (Minat pembelian)	12
2.11 Penelitian terdahulu	12
2.12 Hipotesis Penelitian	14
2.13 Model Penelitian	16
2.14 Kerangka Penelitian	17
III METODE	18
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data	18
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	18
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.5.1 <i>Pre test</i>	19
3.5.2 <i>Main Test</i>	20
3.6 Definisi Variabel Operasional dan Indikator Variabel	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil	26
4.1.1 Analisis Profil Responden	26
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
4.1.3 Analisis Deskriptif Statistik	29
4.1.4 Evaluasi Analisis <i>Partial Least Square – Structural Equation Model</i> (PLS-SEM)	35
4.2 Pembahasan	40

V	SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1	Simpulan	44
5.2	Saran	44
	DAFTAR PUSTAKA	45
Ⓜ	LAMPIRAN	51
	RIWAYAT HIDUP	59

- 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 TABEL

2.1 Penelitian terdahulu	12
3.1 Skala Likert	19
3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	22
4.1 Karakteristik Responden	26
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	28
4.3 Rentang Skala Interval	29
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas	29
4.5 Analisis Deskriptif Variabel Harga	30
4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Utilitarian Value</i>	31
4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	32
4.8 Analisis Deskriptif Variabel Halal <i>Awareness</i>	32
4.9 Analisis Deskriptif Variabel Halal <i>Knowledge</i>	33
4.10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	34
4. 11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> dan <i>Indicator Reliability</i>	35
4. 12 Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	36
4.13 Hasil Pengujian <i>Fornell - Larcker Criteration</i>	37
4. 14 Hasil Pengujian <i>Reliability</i>	37
4. 15 Hasil <i>Coefficient of Determination</i> (R^2)	38
4. 16 Hasil Pengujian <i>Direct Path Coefficient</i> dengan <i>Bootstrapping</i>	39
4. 17 Analisis Pengujian <i>Effect Size</i> (f^2)	39

DAFTAR GAMBAR

1. 1 Populasi Indonesia berdasarkan Generasi	3
1.2 Net Spending Intention Gen Z Indonesia Berdasarkan Kategori Belanja	3
1. 3 Nilai Pengeluaran Produk Kecantikan Tertinggi Nasional	5
2.1 Model Penelitian	16
2.2 Kerangka Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian	52
2 Hasil Pengujian <i>cross loading</i>	52