

## HALAMAN MOTTO

“Tetap Optimis Meski Banyak Kendala Menuju Impian Masa Depan”

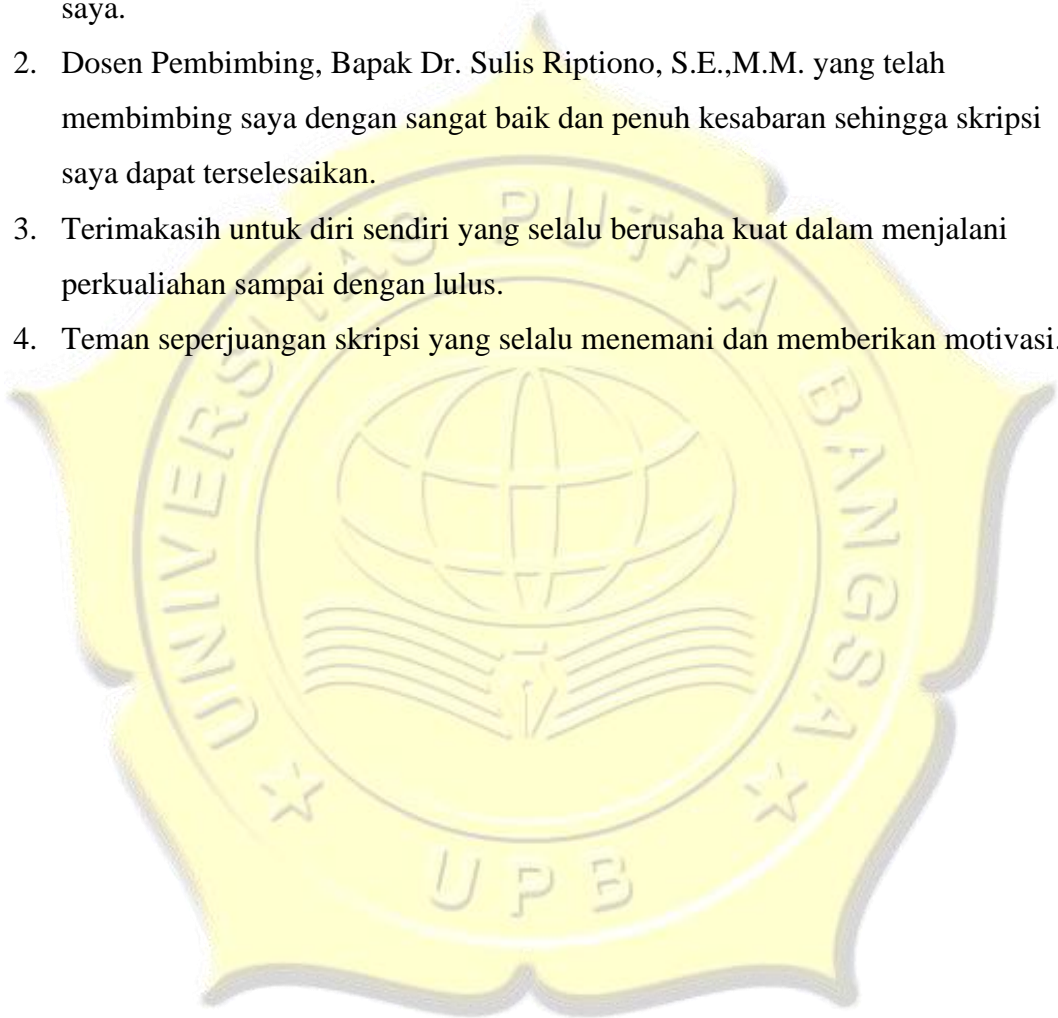
Ilam Ayu Pangestu



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Mahfuji dan Ibu Sri Rahayu yang selalu memberikan support serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E.,M.M. yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
3. Terimakasih untuk diri sendiri yang selalu berusaha kuat dalam menjalani perkuliahan sampai dengan lulus.
4. Teman seperjuangan skripsi yang selalu menemani dan memberikan motivasi.



## ABSTRAKSI

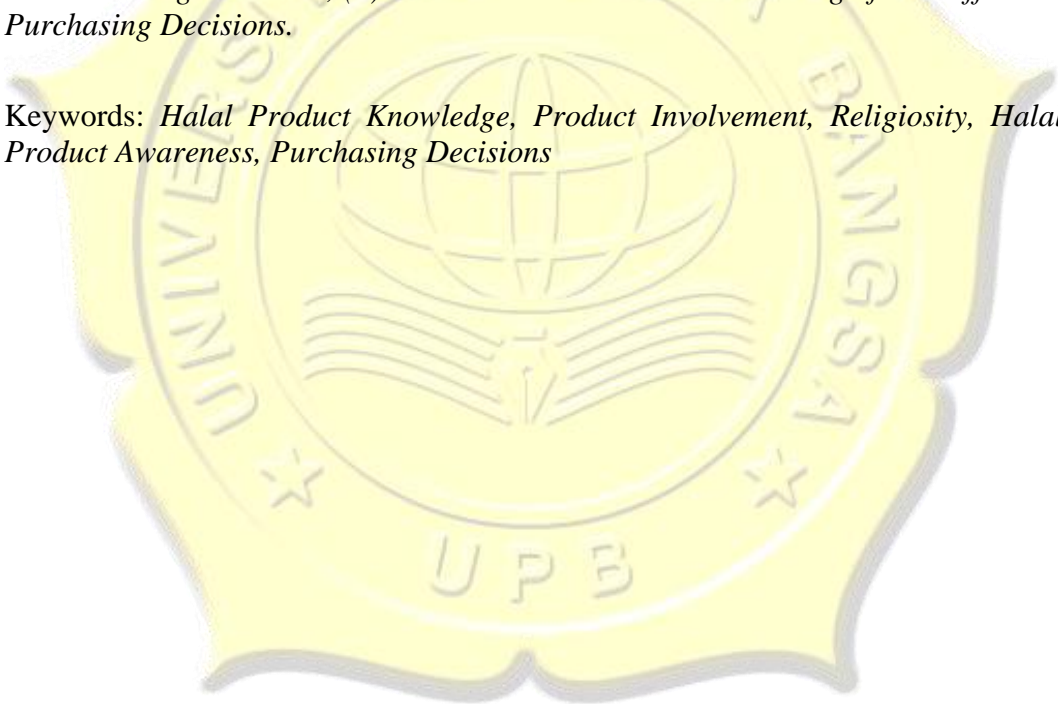
Penelitian ini bertujuan untuk meneliti *Pengaruh Halal Product Knowledge, Product Involvement, Religiosity* terhadap Keputusan Pembelian yang di mediasi oleh *Halal Product Awareness* Pada Pembeli dan Pengguna Produk Kosmetik Wardah Di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli dan pengguna produk kosmetik wardah Di Kebumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji analisis korelasi, uji jalur dan uji sobel. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Halal Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Product Awareness*, (2) *Product Involvement* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Product Awareness*, (3) *Religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Product Awareness*, (4) *Halal Product Knowledge* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (5) *Product Involvement* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (6) *Religiosity* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (7) *Halal Product Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Halal Product Knowledge, Product Involvement, Religiosity, Halal Product Awareness, Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

*This research aims to examine the influence of Halal Product Knowledge, Product Involvement, Religiosity on Purchasing Decisions mediated by Halal Product Awareness among Buyers and Users of Wardah Cosmetic Products in Kebumen. The population in this study were buyers and users of Wardah cosmetic products in Kebumen. The data collection technique uses a questionnaire. The data analysis used is instrument test, classical assumption test, hypothesis test, correlation analysis test, path test and Sobel test. Data processing tools use SPSS for Windows version 25.0. The research results show that: (1) Halal Product Knowledge has a positive and significant effect on Halal Product Awareness, (2) Product Involvement has no positive and significant effect on Halal Product Awareness, (3) Religiosity has a positive and significant effect on Halal Product Awareness, (4) Halal Product Knowledge does not have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (5) Product Involvement has a significant effect on Purchasing Decisions, (6) Religiosity does not have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (7) Halal Product Awareness has a significant effect on Purchasing Decisions.*

*Keywords: Halal Product Knowledge, Product Involvement, Religiosity, Halal Product Awareness, Purchasing Decisions*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahman dan Rahim-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Halal Product Knowledge, Product Involvement, Religiosity* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Halal Product Awareness* Sebagai Mediasi Pada Kosmetik Wardah di Kebumen. Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen S1 di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini menjelaskan mengenai pengaruh pengaruh *halal product knowledge, product involvement, religiosity* terhadap keputusan pembelian dengan *halal product awareness*, dimana masing-masing hubungan antar variabel terdapat yang memiliki pengaruh signifikan juga terdapat hubungan antar variabel yang tidak berpengaruh signifikan pada poduk kosmetik wardah di Kebumen yang berjumlah 100 orang.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Sulis Riptono S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu wanita masyarakat di Kebumen yang pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik wardah.

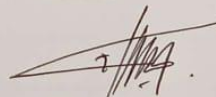


3. Bapak dan Ibu Dosen beserta Karyawan Universitas Putra Bangsa yang juga memberikan arahan serta motivasi selama penulisan skripsi.
4. Kedua orang tua saya, Bapak Slamet Mahfuji dan Ibu Sri Rahayu tercinta atas doa, motivasi serta pemberian dukungan moril selama ini.
5. Teman-teman seperanakan azizah,hani,septi,widya,vivi yang baik hati.
6. Diah Yuliana teman sebimbingan yang selalu suport dan saling tolong menolong dalam mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan skripsi yang memberikan dukungan, motivasi, dan senantiasa menemani saya

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 29 Januari 2024

Penulis



Ilam Ayu Pangestu

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah .....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	15
1.5. Manfaat Penelitian .....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	18

2.1.2.	<i>Halal Product Awareness</i> .....	21
2.1.3.	<i>Halal Product Knowledge</i> .....	25
2.1.4.	<i>Product Involvement</i> .....	28
2.1.5.	<i>Religiosity</i> .....	32
2.1.	Penelitian Terdahulu .....	35
2.2.	Hubungan Antar Variabel .....	43
2.3.	Model Empiris .....	47
2.4.	Hipotesis .....	48
BAB III	.....	49
METODE PENELITIAN	.....	49
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.1.1	Objek Penelitian.....	49
3.1.2	Subjek Penelitian.....	49
3.2.	Variabel Penelitian.....	49
3.2.1	Variabel Dependen (Terikat) .....	49
3.2.2	Variabel Mediasi.....	50
3.2.3	Variabel Independen (Bebas).....	50
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3.1	Keputusan Pembelian.....	50
3.3.2	<i>Halal Product Awareness</i> .....	51
3.3.3	<i>Halal Product Knowledge</i> .....	52
3.3.4	<i>Product Involvement</i> .....	52
3.3.5	<i>Religiosity</i> .....	53
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	54
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.6.	Populasi dan Sampel.....	57

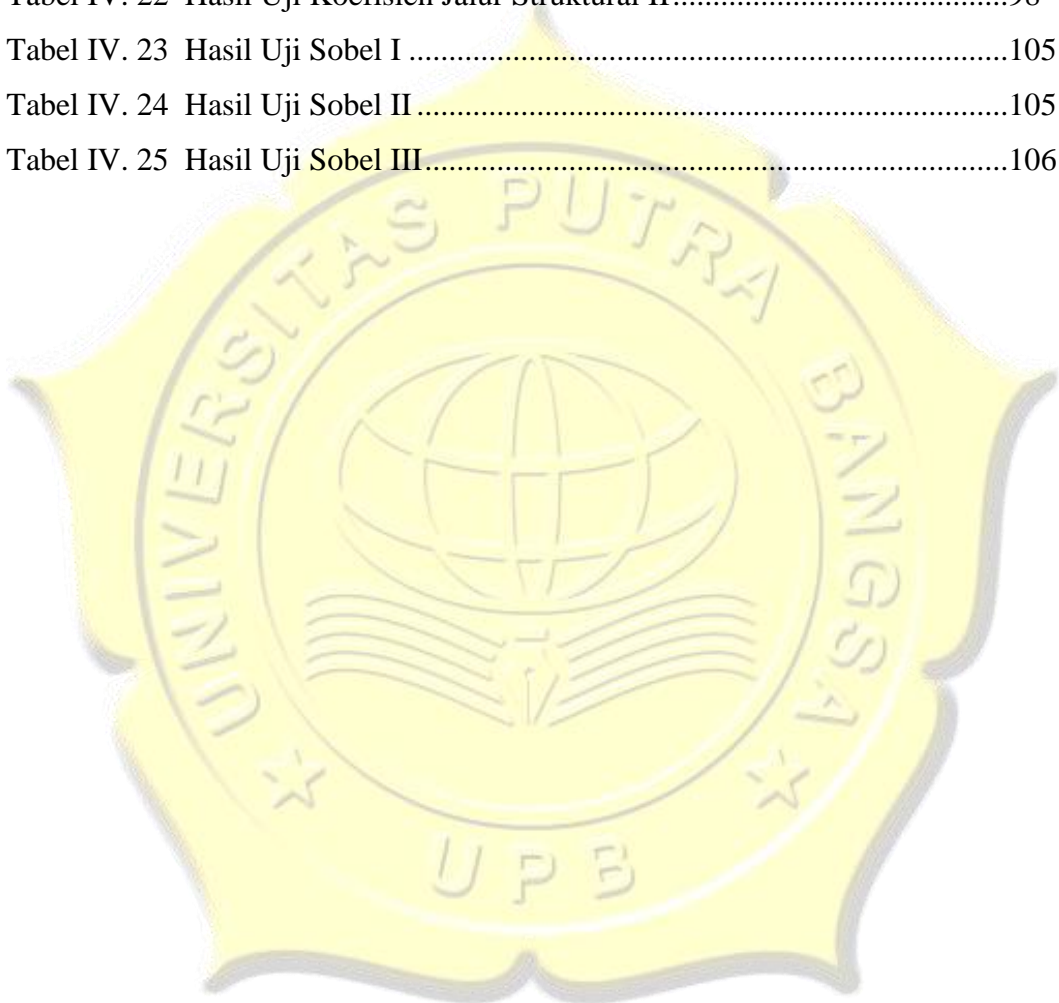


3.7	Teknik Analisis .....	59
BAB IV .....		73
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		73
4.1.	Gambaran Umum.....	73
4.2.	Analisis Deskriptif .....	74
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	74
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	75
4.2.3	Karakteristis Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	75
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	76
4.3.	Analisis Statistik .....	77
4.3.1	Uji Instrumen .....	77
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3.3	Uji Hipotesis .....	87
4.3.4	Koefisien korelasi .....	93
4.3.5	Analisis Jalur.....	95
4.3.6	Uji Sobel .....	104
4.4.	Pembahasan.....	106
BAB V .....		113
SIMPULAN .....		113
5.1.	Simpulan .....	113
5.1.	Keterbatasan.....	115
5.2.	Implikasi .....	116
5.2.1	Implikasi Praktis .....	116
5.2.2	Implikasi Teoritis .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....		122
LAMPIRAN.....		125

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Negara Kosmetik Halal Terbesar di Dunia.....	2
Tabel I. 2 Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan (2022).....	3
Tabel I. 3 Data Top Brand Index (Kategori Bedak Tabur 2019-2023).....	4
Tabel I. 4 Hasil Surve Merek Kosmetik Yang Paling di Kebumen .....	5
Tabel I. 5 Hasil Observasi Pembeli dan Pengguna Produk Wardah Di Kebumen 2023.....	6
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel III. 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel III. 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Halal Product Awareness</i> .....	51
Tabel III. 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Halal Product Knowledge</i> .....	52
Tabel III. 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Product Involvement</i> .....	53
Tabel III. 5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Religiosity</i> .....	53
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama .....	74
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	76
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	76
Tabel IV. 5 Uji Validitas Variabel <i>Halal Product Knowledge</i> .....	78
Tabel IV. 6 Uji Validitas Variabel <i>Product Involvement</i> .....	79
Tabel IV. 7 Uji Validitas Variabel <i>Religiosity</i> .....	79
Tabel IV. 8 Uji Validitas Variabel <i>Halal Product Awareness</i> .....	80
Tabel IV. 9 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	80
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel IV. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Struktural I.....	82
Tabel IV. 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Struktural II .....	83
Tabel IV. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktural I.....	84
Tabel IV. 14 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktural II .....	85
Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural I .....	88

Tabel IV. 16 Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural II.....	90
Tabel IV. 17 Hasil Koefisien Determinan Sub Struktural I.....	92
Tabel IV. 18 Hasil Koefisien Determinan Sub Struktural II.....	93
Tabel IV. 19 Klasifikasi Besaran Korelasi.....	93
Tabel IV. 20 Hasil Uji Korelasi .....	94
Tabel IV. 21 Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural I .....	96
Tabel IV. 22 Hasil Uji Koefisien Jalur Struktural II.....	98
Tabel IV. 23 Hasil Uji Sobel I .....	105
Tabel IV. 24 Hasil Uji Sobel II .....	105
Tabel IV. 25 Hasil Uji Sobel III.....	106



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Empiris.....	48
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskidastisitas.....	87
Gambar IV. 2 Hasil Uji Heteroskidastisitas Sub Struktural II.....	88

