

**PENGARUH *HALAL BRAND AWARENESS* DAN *HABIT*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL
PADA GEN Z DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

KAMELIA

202304033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *HALAL BRAND AWARENESS* DAN *HABIT* TERHADAP KEPUTSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL PADA GEN Z DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Diajukan oleh:

KAMELIA
202304033

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Hari/Tanggal : Rabu, 08 Juli 2024

Mengesahkan

Penguji 1,



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.
NIDN 0506098101

Penguji 2,



Wina Driyan Pradana, S.E., M.M.
NIDN 0519079501

Pembimbing,



Ari Okta Viyani, S.E., M.Sc.
NIDN 0501109701

Ketua Program Studi,



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.
NPP 2018-13.0130

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Nama: : Kamelia
Npm : 202304033
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Halal Brand Awareness* dan *Habit* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal pada Gen Z dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 20 Juli 2023



Kamelia

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan limpahan rahmat dan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Halal Brand awareness* dan *Habit* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal pada Gen Z dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi”.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Ibu Prof. Dr. rer.nat.apr. Triana Hertiani, S.si., M.Si. selaku rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M. M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S. E., MBA, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
4. Ibu Ari Okta Viyani, S. E., M.Sc, selaku dosen pembimbing proposal penelitian yang senantiasa memberikan semangat, arahan, dan motivasi.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh sivitas akademika Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
7. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh teman-teman manajemen 2020.
9. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka masukan, kritik dan saran dari seluruh pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kekurangan dalam

proposal penelitian ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi seluruh pihak yang membaca dan membutuhkan.

Yogyakarta, 27 Juni 2024

Kamelia

NPM : 202304033

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Berpikir.....	31
D. Landasan Teori.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Desain Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Definisi Operasional.....	40
D. Populasi dan Sampel	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Data.....	52
B. Pengujian hipotesis	67
C. Pembahasan.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	91

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Konsumsi Produk <i>Halal</i> Indonesia per sektor (2020 & 2025)	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3 3 Bobot Skala <i>Likert</i>	45
Tabel 4.1 Deskriptif Statistik	58
Tabel 4.2 Hasil analisis uji validitas konvergen	62
Tabel 4.3 Hasil Pengujian AVE	63
Tabel 4.4 Hasil analisis cross loading.....	64
Tabel 4.5 Hasil uji reliabilitas	65
Tabel 4.6 Hasil R-square.....	66
Tabel 4.7 Hasil uji model fit	67
Tabel 4.8 Hasil Path Coefficients	68
Tabel 4.9 Uji Moderasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Perusahaan Kosmetik Halal LPPOP MUI 2017-2022.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.3 Diagram Responden berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Domisili	56
Gambar 4.5 Scatter Plot Moderasi Religiusitas > <i>Halal Brand Awareness</i>	71
Gambar 4.6 Scatter Plot Moderasi Religiusitas > <i>Habit</i>	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	92
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	99
Lampiran 3 Jadwal Penelitian	101
Lampiran 4 Data Deskripsi Responden.....	103
Lampiran 5 Jawaban Responden.....	105
Lampiran 6 Identitas Responden.....	115
Lampiran 7 Hasil Olah Data SmartPLS 4.0	127
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiarisme	132