



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH *HALAL AWARENESS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI DKI JAKARTA)



Disusun oleh:
Sintiya Pratiwi / 2104411036

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH *HALAL AWARENESS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HALAL (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI DKI JAKARTA)

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh:
Sintiya Pratiwi / 2104411036

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintiya Pratiwi

NIM : 2104411036

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan (jiplakan) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Depok, 24 Juni 2025

Mahasiswa,



(Sintiya Pratiwi)

NIM. 2104411036

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Sintiya Pratiwi
NIM : 2104411036
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si. ()
Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 03 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP. 196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sintiya Pratiwi
NIM : 2104411036
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)

Disetujui oleh Pembimbing

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M
NIP. 196206081991032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh:

KPS Keuangan dan Perbankan Syariah

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.
NIP. 199201122018032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan yang berjudul “Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)”. Selawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan seluruh umatnya semoga kelak mendapat syafaatnya.

Skripsi terapan ini disusun sebagaimana memenuhi persyaratan menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi terapan ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Ketua Program Studi D4 – Keuangan dan Perbankan Syariah
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan ilmunya untuk memberikan arahan, saran, masukan serta motivasi yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi terapan ini.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi, khususnya untuk dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberi doa, dukungan, perhatian, dan kasih sayang kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman “Deadliners”, yaitu Adzra, Alin, Amanda, Dinda, Fadya, Firda, Icha, Layla, Koil, Nadya, Puspa, Syifa, Tiara, dan Zalfa yang selalu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menyempatkan waktu untuk saling bertukar informasi, membantu, dan memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan ini.

8. Anjani Dwi Pratiwi selaku teman penulis sejak di bangku sekolah yang senantiasa memberi ruang untuk saling berbagi cerita, dukungan, semangat, serta saran baik selama ini.
9. Semua pihak yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Penulis memahami bahwa dalam penyusunan skripsi terapan ini masih terdapat kekurangan dan mohon maaf apabila masih terdapat kesalahan dalam penyusunan dan pemilihan kata. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari para pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Depok, 24 Juni 2025

(Sintiya Pratiwi)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang akan bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintiya Pratiwi
NIM : 2104411036
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)”

Dengan hak bebas *royalty* noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 24 Juni 2025

Yang Menyatakan

(Sintiya Pratiwi)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sintiya Pratiwi

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian kosmetik halal pada konsumen produk Somethinc di DKI Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasari oleh potensi besar pasar kosmetik halal di Indonesia serta fenomena preferensi konsumen yang tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan, tetapi juga dipengaruhi oleh ulasan *online* dan penilaian terhadap harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 160 responden beragama Islam, berusia 18–40 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, dan pernah membeli produk Somethinc. Teknik analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *halal awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 71%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku industri dalam menyusun strategi pemasaran untuk mencapai keputusan pembelian yang sesuai dengan preferensi konsumen Muslim.

Kata Kunci: *halal awareness*, *electronic word of mouth*, persepsi harga, keputusan pembelian, kosmetik halal, Somethinc.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sintiya Pratiwi

Shariah Finance and Banking Study Program

The Influence of Halal Awareness, Electronic Word of Mouth (E-WoM), and Price Perception on Decisions to Purchase Halal Cosmetics (Study of Somethinc Product Consumers in DKI Jakarta)

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Halal Awareness, Electronic Word of Mouth (E-WoM), and Price Perception on the Purchase Decision of halal cosmetics among consumers of Somethinc products in DKI Jakarta. The background of this research is based on the significant potential of the halal cosmetics market in Indonesia, along with the phenomenon that consumer preferences are influenced not only by halal aspects but also by online reviews and price evaluations. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 160 Muslim respondents aged 18–40 years, residing in DKI Jakarta, and who have purchased Somethinc products. The data were analyzed using PLS-SEM with the SmartPLS 3.0 software. The results show that Halal Awareness, Electronic Word of Mouth (E-WoM), and Price Perception have a significant influence on purchase decisions. Simultaneously, these three variables explain 71% of the variance in purchase decisions, while the remaining 29% is influenced by other factors beyond the scope of this research. The findings are expected to provide insights for industry players in developing marketing strategies that align with the purchasing preferences of Muslim consumers.

Keywords: halal awareness, electronic word of mouth, price perception, purchase decision, halal cosmetics, Somethinc



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Konsep Halal.....	11
2.1.2 Produk Kosmetik Halal	12
2.1.3 <i>Halal Awareness</i>	13
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WoM)</i>	15
2.1.5 Persepsi Harga	17
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Penelitian	23
2.4 Hipotesis.....	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	29
3.6 Definisi Operasional Variabel	30
3.7 Metode Analisis Data	33
3.7.1 Analisis model pengukuran (<i>outer model</i>)	35
3.7.2 Analisis model struktural (<i>inner model</i>)	37
3.7.3 Uji Hipotesis Simultan	39
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Desain Penelitian.....	41
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>)	41



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.1.2	Gambaran Umum Responden	43
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Analisis Deskriptif	47
4.2.2	Analisis Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	50
4.2.3	Analisis Model Struktural (<i>inner model</i>)	55
4.2.4	Uji Hipotesis Simultan	58
4.2.5	Model Pengukuran	59
4.3	Pembahasan.....	62
4.3.1	Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap keputusan pembelian kosmetik Somethinc	62
4.3.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WoM)</i> terhadap keputusan pembelian kosmetik Somethinc	64
4.3.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Somethinc	65
4.3.4	Pengaruh simultan <i>Halal Awareness, Electronic Word of Mouth (E- WoM)</i> , dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Somethinc	66
BAB 5 PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		77

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Indikator Industri Halal di Indonesia	1
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3. 3 <i>Rule of Thumb</i> Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
Tabel 3. 4 <i>Rule of Thumb</i> Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	45
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Deskriptif	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Setelah Penghapusan Indikator	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji AVE	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Hetrotrait-monotrait Ratio (HTMT)</i>	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>R-Square</i>	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>F-Square</i>	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Q-Square</i> Melalui <i>Blindfolding</i>	55
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Melalui <i>Bootstrapping</i>	56
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Simultan	58
Tabel 4. 21 Hasil Hipotesis Penelitian	62

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 4. 1 Model Pengukuran <i>Output PLS Algorithm</i>	59
Gambar 4. 2 Model Pengukuran <i>Output PLS Bootstapping</i>	60





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Gambaran Umum Kriteria Responden	83
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	109
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	117
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	119





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan jumlah pemeluk agama Islam yang mendominasi populasi, Indonesia merupakan pasar yang memiliki prospektif besar untuk pengembangan produk kosmetik halal. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, pada paruh pertama tahun 2024 populasi Muslim di Indonesia tercatat sebesar 245,97 juta jiwa, yang setara dengan 87,08% dari total populasi 282,47 juta jiwa (Muhamad, 2024). Indonesia juga menempati peringkat kedua sebagai negara dengan pangsa pasar kosmetik halal terbesar di dunia setelah India, yang menunjukkan tingginya permintaan terhadap produk kosmetik halal (Dinar Standard, 2023a).

Kosmetik halal merupakan jenis produk kecantikan yang hanya diformulasikan bahan-bahan yang halal, diproduksi tanpa kontaminasi bahan haram atau najis, serta memenuhi persyaratan kehalalan yang berlaku (Maria & Pandoyo, 2020). Namun, meskipun memiliki potensi besar, konsep kosmetik halal masih belum sepenuhnya dipahami masyarakat Indonesia sebagaimana halnya konsep makanan halal. Beberapa masyarakat masih menganggap bahwa kehalalan kosmetik bukan sesuatu yang bersifat krusial karena penggunaannya hanya pada bagian luar tubuh dan tidak dikonsumsi (Lailaturrohmah & Lutviyani, 2021).

Tabel 1. 1 Nilai Indikator Industri Halal di Indonesia

	GIEI	Keuangan Syariah	Makanan Halal	Fashion Halal	Travel Halal	Obat dan Kecantikan	Media dan Rekreasi
Indonesia	80.1	93.2	94.4	66.3	60.7	58.6	52.4

Sumber: *State of the Global Islamic Report 2023/2024*

Berdasarkan **Tabel 1.1** menunjukkan pertumbuhan sektor halal di berbagai bidang usaha. Indonesia memperoleh skor *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* sebesar 80.1, skor tertinggi dicapai pada sektor makanan halal (94.4), diikuti oleh keuangan syariah (93.2), serta *fashion* halal (66.3). Namun, sektor obat dan kecantikan (58.6) serta media dan rekreasi (52.4) menunjukkan nilai yang lebih rendah dibandingkan sektor lainnya. Dari enam sektor industri halal yang dinilai, sektor obat dan kecantikan serta media dan rekreasi menjadi sektor yang perlu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dikembangkan agar dapat mengimbangi kinerja sektor lainnya (Rahmawati et al., 2022).

Regulasi memainkan peran strategis dalam mendorong perkembangan industri kosmetik halal. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur bahwa semua produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal, termasuk produk kosmetik yang masuk dalam penahapan wajib halal sejak tahun 2021 hingga 2026 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2021). Hasil penelitian Khofifah & Supriyanto (2022) menunjukkan bahwa meskipun sudah banyak produk kosmetik yang memiliki sertifikat halal, namun masih terdapat sejumlah produk yang belum mencantumkan label halal.

Di tengah beredarnya produk kosmetik yang belum memiliki sertifikat halal, *brand* kosmetik Somethinc hadir sebagai salah satu merek lokal yang mengakui bahwa seluruh produknya bersertifikat halal, aman, dan bebas dari bahan berbahaya (Salaam Gateway, 2023). Berdasarkan laporan Dinar Standard (2023b), PT Beaute Haul Indonesia (Beautyhaul), perusahaan yang menaungi Somethinc menjadi salah satu perusahaan yang berhasil mendominasi pasar domestik dan menerapkan strategi ekspansi di pasar halal sebagai *Top 30 OIC Halal Products Companies 2023* (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2023).

Brand Somethinc mengalami pertumbuhan cukup pesat di industri kecantikan. Data dari Kompas.co.id (2024) menunjukkan bahwa dalam kategori *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), Somethinc mencatat peningkatan nilai penjualan sebesar 45% dari Januari 2023 hingga Oktober 2024. Selain itu, berdasarkan data penjualan pada 13 Maret - 2 April 2024, Somethinc berhasil menjual sebanyak 168,181 unit produk kosmetik (CNBC Indonesia, 2024). Somethinc juga memiliki beberapa penghargaan dan *award* seperti *Marketeers OMNI Brand of The Year (Calm Down Moist)* dan *Brand Choice Award in Health and Beauty 2023* (Kategori Serum, *Moisturizer*, *Cushion*) (Baskoro, 2024).

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk kecantikan dan perawatan tercermin dari meningkatnya permintaan dan penjualan produk *make up* dan *skincare*. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin), pasar kosmetik menunjukkan peningkatan total pendapatan sebesar 48% dari USD1,31 miliar (sekitar Rp21,45 triliun) pada tahun 2021 menjadi USD1,94 miliar



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(sekitar Rp32 triliun) pada tahun 2024. Tren ini diproyeksikan akan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2028, dengan rata-rata peningkatan tahunan sebesar 5,35% (Waluyo, 2024). Kenaikan permintaan pasar terhadap produk kosmetik tersebut merupakan hasil dari keputusan konsumen dalam membeli produk. Keputusan pembelian mencerminkan kemampuan konsumen dalam membuat pilihan, yang diwujudkan melalui sikap untuk membeli atau memilih produk dari berbagai alternatif yang tersedia (Wahyurini & Trianasari, 2020).

Berdasarkan hasil pra-riset terhadap 32 konsumen produk Somethinc di DKI Jakarta, ditemukan bahwa *electronic word of mouth* (53,13%) menjadi faktor dominan yang menentukan keputusan pembelian kosmetik halal, diikuti oleh persepsi harga (31,25%) serta *halal awareness* (25%). Selain itu, terdapat faktor *fear of missing out (FOMO)* yang hanya berkontribusi sebesar 15,63%, menunjukkan bahwa tren dan tekanan sosial dalam pembelian kosmetik halal tidak sekuat faktor seperti, harga dan pengaruh media sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa masih adanya gap antara keberadaan sertifikat halal dengan tingkat kesadaran dan pertimbangan konsumen terhadap aspek halal dalam memilih kosmetik. Konsumen lebih mengutamakan rekomendasi dan testimoni dari media sosial dibandingkan dengan kehalalan produk.

Di tengah maraknya produk kosmetik produksi lokal dan impor yang beredar di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas muslim seharusnya memiliki pemahaman mengenai kehalalan produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Matondang et al., 2023). Keberadaan sertifikat halal dalam produk kosmetik mampu memberikan jaminan kepastian bagi konsumen dalam menggunakannya (Pratiwi & Falahi, 2023). Konsumen yang memprioritaskan kehalalan dalam memilih produk cenderung lebih percaya dan merasa puas terhadap produk yang memiliki sertifikasi halal atau label halal. (Pulungan et al., 2024).

Namun demikian, hasil pra-riset memperlihatkan bahwa kesadaran halal belum secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai-nilai ideal dengan perilaku konsumen. Menurut Ahmad, Abaidah, & Yunos (2013) dalam penelitian Karimah & Alifa (2023), kesadaran halal menjadi tolak ukur tingkat pemahaman seorang muslim mengenai halal, proses produksi suatu produk, dan sadar untuk selalu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menggunakan produk halal. Semakin baik pemahaman dan kesadaran umat Islam terhadap agama mendorong konsumen agar lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dipakai (Sri Ernawati & Iwan Koerniawan, 2023). Konsumen memiliki hak untuk memilih produk kosmetik yang aman serta memperoleh informasi yang jelas mengenai produk yang akan digunakan (Pratiwi & Falahi, 2023). Informasi yang disajikan mencakup sertifikasi dan label halal yang berfungsi sebagai penanda untuk mengidentifikasi produk halal di antara berbagai produk yang beredar di pasar. (Ambo & Md Shapir, 2021).

Penelitian terkait *halal awareness* telah dilakukan oleh Pratiwi & Falahi (2023) yang mengungkapkan bahwa kesadaran halal memiliki pengaruh secara signifikan dalam keputusan pembelian kosmetik halal. Sedangkan hasil penelitian Raharto et al. (2024) mengungkapkan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh secara signifikan. Situasi ini terjadi akibat masih rendahnya kesadaran dan pemahaman masyarakat dalam membeli dan menggunakan kosmetik halal.

Penelitian yang mendukung temuan ini dilakukan oleh R. Amalia & Rozza (2022), yang melibatkan 70 responden Generasi Z di DKI Jakarta dan menemukan bahwa label halal hanya menjadi pertimbangan bagi sekitar 18,6% responden, sementara sebagian besar atau 51,4% lebih mengutamakan keamanan produk dari BPOM. Temuan ini memperkuat hasil pra-riset bahwa meskipun keberadaan label halal penting, namun faktor tersebut belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian kosmetik.

Selain faktor *halal awareness*, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh fenomena sosial dan faktor eksternal seperti *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* (Yulindasari, 2022). Menurut Siswanty & Prihatini (2020), industri kosmetik merupakan salah satu sektor yang memanfaatkan strategi komunikasi melalui E-WoM. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen umumnya akan memperhatikan *review* pengguna sebelumnya untuk mendapatkan gambaran tentang kelebihan dan kekurangan suatu produk (Yulindasari, 2022). Survei yang dilakukan oleh ZAP Clinic (2024) terhadap 9.000 wanita di Indonesia menunjukkan bahwa 76,4% wanita mencari informasi produk kecantikan melalui *Instagram*, 48,2% melalui *TikTok*, dan 33,2% melalui *YouTube*. Selain itu, sebanyak 30,4%



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsumen juga mempercayai *review* atau ulasan dari sesama *customer* melalui *website*, internet, maupun *e-commerce*.

Beberapa penelitian terkait E-WoM telah dilakukan oleh Dhea Febyana et al. (2023) serta Himmah & Prihatini (2021), yang menemukan bahwa keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik secara signifikan dipengaruhi oleh *electronic word of mouth*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa testimoni, masukan, serta kesan pengguna lain setelah memakai produk yang tersebar melalui media sosial berperan dalam membentuk persepsi konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Sebaliknya, temuan berbeda diungkapkan pada penelitian Desfitriady & Pupu (2024), yang mengindikasikan bahwa E-WoM tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik. Perbedaan hasil ini dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti perbedaan dalam profil responden serta pendekatan metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian tersebut.

Selain *halal awareness* dan E-WoM, konsumen juga menaruh perhatian pada faktor harga sebelum melakukan pembelian (Matondang et al., 2023). Konsumen cenderung mempertimbangkan harga yang dianggap selaras dengan kualitas dan manfaat produk yang diberikan (Wahyurini & Trianasari, 2020). Penentuan harga yang ditetapkan berdasarkan preferensi konsumen berpotensi mendorong perilaku pembelian yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan perusahaan (Wahyurini & Trianasari, 2020). Menurut Meidiastri et al. (2025), Somethinc telah berupaya dalam memberikan kualitas produk yang terbaik dengan penawaran harga yang sesuai dengan kualitas.

Berdasarkan data dari *website* Somethinc (2025), produk *skincare* dijual dengan harga sekitar Rp37.000 hingga Rp400.000 per item atau paket, sedangkan produk *make up* dijual sekitar Rp42.000 hingga Rp249.000 per item atau paket. Berdasarkan survei ZAP Clinic (2024), 71,4% wanita Indonesia menghabiskan lebih dari Rp300,000 setiap bulannya untuk membeli produk *skincare*, sementara 60,1% mengalokasikan maksimal Rp300.000 untuk pembelian *make up*. Rentang harga yang ditetapkan Somethinc masih berada dalam kisaran pengeluaran mayoritas konsumen, sehingga sejalan dengan hasil pra-riset yang menunjukkan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bahwa harga yang ditawarkan Somethinc relatif standar dan dianggap sebanding dengan kualitas produk.

Penelitian terkait persepsi harga telah dibahas oleh Sumaryanto et al. (2022) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian konsumen terhadap kosmetik halal. Namun, hasil penelitian Wahyurini & Trianasari (2020) mengungkapkan bahwa penilaian konsumen terhadap harga tidak secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan konsumen dalam membeli produk halal.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *research gap* berupa kesenjangan empiris atau perbedaan hasil temuan dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, dilakukan kajian ulang dalam penelitian ini terhadap pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WoM), persepsi harga, serta *halal awareness* terhadap keputusan pembelian kosmetik halal. Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada kerangka kerja (*framework*) dengan kombinasi ketiga variabel tersebut pada objek penelitian produk Somethinc di DKI Jakarta. Hingga saat ini, penulis belum menemukan adanya penelitian lain yang mengkaji ketiga faktor ini secara bersamaan, khususnya pada produk Somethinc di DKI Jakarta.

Penelitian mengambil lokasi di DKI Jakarta dikarenakan memiliki populasi mayoritas muslim yang mencapai 83,8 persen dari 11,14 juta penduduk pada tahun 2024 (Darmawan, 2025). Serta dengan daya beli tertinggi di Indonesia sebesar nilai Rp19,95 juta per tahun, menjadikan lokasi strategis untuk menelusuri berbagai aspek yang berperan memengaruhi pilihan konsumen dalam memilih produk kosmetik halal (Anggara, 2024). Dengan demikian, penulis akan menguji “Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word Of Mouth* (E-WoM), dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dengan potensi besar sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Indonesia juga menempati peringkat kedua pangsa pasar kosmetik halal terbesar di dunia setelah India. Namun, konsep kosmetik halal masih belum sepenuhnya dipahami



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

masyarakat dibandingkan dengan makanan halal. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil konsumen yang mempertimbangkan label halal dalam memilih produk kosmetik. Beberapa konsumen juga mengabaikan label atau sertifikat halal dengan anggapan bahwa kosmetik hanya digunakan pada bagian luar tubuh. Akibatnya, banyak produsen kurang memperhatikan sertifikasi halal, sehingga masih beredar produk kosmetik tanpa label atau sertifikat halal resmi.

Selain itu, faktor eksternal seperti E-WoM turut memainkan peran dalam keputusan konsumen untuk membeli kosmetik, yang mendorong konsumen untuk mencari referensi atau ulasan sebelum melakukan pembelian suatu produk. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh E-WoM terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik halal. Di sisi lain, persepsi konsumen terhadap harga juga berperan dalam proses pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ditawarkan. Adanya perbedaan hasil temuan antar penelitian menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang masih memerlukan eksplorasi lebih dalam. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menelusuri pengaruh *halal awareness*, E-WoM, dan persepsi harga keputusan konsumen dalam membeli kosmetik halal merek Somethinc di wilayah DKI Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada latar belakang serta perumusan masalah yang telah dijelaskan, berikut merupakan pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian:

1. Bagaimana pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc?
2. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc?
4. Bagaimana pengaruh *halal awareness*, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan sebelumnya, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc.
2. Menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc.
3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc.
4. Menganalisis pengaruh *halal awareness*, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai industri kosmetik halal, khususnya terkait pengaruh *halal awareness*, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal, dengan fokus pada merek lokal Somethinc yang telah memastikan seluruh produknya bersertifikat halal.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Akademis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan mampu memperluas referensi ilmiah pada literatur akademis mengenai sektor halal, khususnya dibidang kosmetik halal.

b. Bagi pelaku industri kosmetik

Dengan hasil yang diperoleh, penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai dasar dalam membantu pelaku usaha kosmetik merancang langkah-langkah pemasaran yang relevan dan efektif, dengan mempertimbangkan aspek yang penting bagi konsumen di Indonesia, seperti *halal awareness*, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dengan demikian, pelaku industri dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen untuk mendorong tercapainya keputusan pembelian.

c. Bagi konsumen

Diharapkan bahwa temuan dalam penelitian ini mampu menyumbangkan manfaat dalam membentuk paradigma baru bagi konsumen terhadap kesadaran dalam membeli dan menggunakan produk kosmetik halal.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bahwa temuan yang diperoleh dari penelitian ini mampu memberikan arah bagi peneliti berikutnya untuk memperdalam kajian tentang kosmetik halal dan melakukan pembaharuan serta penyempurnaan terkait variabel maupun metode dalam penelitian-penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan umum mengenai susunan pembahasan isi penelitian secara keseluruhan kepada pembaca, maka sistematika penulisan yang mencakup lima bab disusun sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini bertujuan untuk membahas latar belakang penelitian dengan menggunakan informasi dari berbagai sumber data yang relevan. Penulis dapat menjelaskan pentingnya topik yang diangkat, tren yang terjadi dalam industri terkait, atau permasalahan yang berhubungan dengan topik penelitian. Dengan demikian, pada bagian pendahuluan, akan dijelaskan secara rinci mengenai dasar dilakukannya penelitian, perumusan dan pertanyaan masalah, manfaat yang ingin dicapai, serta struktur penulisan penelitian ini yang dirancang untuk membantu pembaca mudah memahami keseluruhan isi skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini memuat penjelasan mengenai teori-teori yang dianggap relevan dan digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaan penelitian, dengan referensi yang diambil dari beragam literatur seperti buku, jurnal, serta publikasi ilmiah lainnya. Selain mengulas teori, bab ini juga mencantumkan hasil penelitian terdahulu sebagai rujukan, menyusun kerangka pemikiran yang merepresentasikan arah



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penelitian, dan menetapkan hipotesis sebagai dugaan awal sebelum analisis dilakukan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas metode penelitian yang digunakan, mencakup jenis dan objek penelitian, teknik penarikan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasannya. Penjelasan dimulai dengan deskripsi mengenai objek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan data yang berhasil dikumpulkan dan temuan dari proses analisis yang dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB 5 PENUTUP

Pada bagian ini disampaikan simpulan yang dirumuskan berdasarkan hasil analisis data selama penelitian berlangsung, yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Selain itu, bab ini juga menyajikan saran bagi pihak-pihak terkait, khususnya mengenai implikasi dari temuan penelitian.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil pengolahan data menggunakan metode SEM-PLS melalui aplikasi SmartPLS 3.0, diperoleh temuan bahwa *halal awareness*, *electronic word of mouth*, serta persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan serta positif terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Somethinc di wilayah DKI Jakarta. Dengan demikian, hasil temuan menunjukkan bahwa semua dugaan awal yang telah dirumuskan dapat diterima dalam penelitian ini. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh paling besar yang diikuti oleh *halal awareness* dan persepsi harga.

Halal awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin tinggi konsumen sadar terhadap kehalalan suatu produk, semakin besar pula kemungkinan mereka membeli produk kosmetik Somethinc. Dimensi paling dominan dari *halal awareness* yang memberikan pengaruh terbesar adalah peran sertifikasi halal yang ditunjukkan melalui logo atau label pada produk. Keberadaan label halal pada kemasan produk menjadi faktor paling kuat yang mendorong konsumen di DKI Jakarta untuk mengambil keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc. Sebaliknya, *exposure to halal* merupakan dimensi yang menunjukkan pengaruh paling kecil, mencerminkan bahwa konsumen cenderung pasif dalam menelusuri informasi halal dan lebih percaya pada label halal yang tertera secara visual.

Selain itu, *electronic word of mouth* juga memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, artinya ketika konsumen menerima lebih banyak informasi seperti ulasan, komentar, atau testimoni di media sosial yang diterima konsumen, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Dimensi dengan pengaruh paling kuat dari *electronic word of mouth* adalah *Intensity*, yang memperlihatkan bahwa konsumen muslim di DKI Jakarta sangat memperhatikan ulasan dari konsumen lain dalam membentuk keyakinan terhadap kualitas produk sebelum melakukan pembelian kosmetik Somethinc. Sementara itu, dimensi dengan pengaruh paling kecil adalah *Content* yang berarti bahwa meskipun informasi dari konsumen lain sangat memengaruhi keputusan pembelian, namun tidak semua responden dalam penelitian ini merasa



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terbantu dalam memilih variasi produk secara spesifik berdasarkan informasi yang ditemukan di media sosial.

Persepsi harga juga secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian, artinya semakin baik persepsi positif konsumen terhadap harga produk Somethinc, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk membeli. Dimensi dengan pengaruh paling kuat dari persepsi harga adalah manfaat dan kesesuaian harga, yang berarti bahwa konsumen dalam penelitian ini menilai harga produk Somethinc sesuai dengan hasil, kualitas, dan manfaat yang diperoleh setelah pemakaian produk. Sementara itu, dimensi dengan pengaruh paling kecil adalah efektivitas biaya berdasarkan daya beli konsumen, yang memperlihatkan tidak semua konsumen dalam penelitian ini memandang harga produk Somethinc terjangkau menjadi pertimbangan dalam membeli kosmetik tersebut.

Halal awareness, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Somethinc. Hasil ini menunjukkan bahwa gabungan dari kesadaran dalam mengonsumsi produk halal, pengaruh media sosial, dan persepsi konsumen terhadap harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.

5.2 Saran

Mengacu pada temuan serta penarikan kesimpulan yang telah dilakukan, penulis memberikan sejumlah masukan yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh, perusahaan Somethinc diharapkan agar senantiasa mempertahankan keunggulan dalam menghadirkan produk kosmetik halal yang aman dan berkualitas dengan memperhatikan aspek kehalalan produk. Selain itu, Somethinc diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kelengkapan konten digital berupa *review*, perbandingan produk, dan panduan pemakaian untuk setiap produk agar lebih membantu konsumen dalam memilih varian sesuai kebutuhan. Somethinc juga dapat mempertimbangkan strategi promosi harga, seperti diskon *bundling* atau kampanye diskon tertentu, agar harga lebih kompetitif khususnya bagi segmen kelompok usia muda.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Untuk konsumen diharapkan dapat menjadi pembeli yang proaktif dalam memeriksa kehalalan produk kosmetik yang digunakan, tidak hanya mengandalkan label halal pada kemasan, tetapi juga mencari informasi di situs resmi seperti BPJPH. Selain itu, konsumen juga dapat membagikan pengalamannya dalam bentuk testimoni dan ulasan positif maupun negatif melalui media sosial agar dapat membantu konsumen lain dalam memilih produk dan mengambil keputusan pembelian.

Untuk peneliti di masa mendatang, temuan ini diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan penelitian dengan cakupan yang lebih luas. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang relevan guna memperkaya model penelitian, seperti *Brand Trust*, *Perceived Quality*, *Customer Experience*, *Influencer Marketing* yang dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Cakupan wilayah penelitian ini masih terbatas pada responden di wilayah DKI Jakarta dan peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* agar memperoleh gambaran yang lebih holistik, sekaligus mengeksplorasi persepsi dan motivasi konsumen yang tidak terjangkau hanya melalui data kuantitatif.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, hendri H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 04(April), 200–224.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amalia, A., & Markonah, M. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Jakarta. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 157. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.49>
- Amalia, R., & Rozza, S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta). *Account*, 9(2), 1680–1690. <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4688>
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2013). Halāl food and products in Malaysia: People's awareness and policy implications. *Intellectual Discourse*, 21(1), 7–32.
- Ambo, N. I., & Md Shapir, A. S. (2021). Assessing Awareness Level of Halal Cosmetics among Muslim Males in Malaysia: An Empirical Study. *Journal of Food and Pharmaceutical Sciences*, 9(3), 529–541. <https://doi.org/10.22146/jfps.3316>
- Anggara, A. Y. (2024). Rata-Rata Pengeluaran DI Yogyakarta Terbesar Ketiga di Indonesia. *GoodStats*.
- Azzahra, A. A., Handoyo, P., & Harianto, S. (2023). Relasi Fenomena “Mbak-Mbak Scbd” di Jakarta Selatan Dengan Gaya Hidup Urban: Gengsi Menjadi Orientasi Hidup? In *Journal Jurnal Pendidikan Sosiologi Undiksha Jurusan Sejarah, Sosiologi dan Perpustakaan* (Vol. 5).
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (n.d.). Mengenal Kosmetik dan Penggunaannya. *BBPOM Yogyakarta*.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *BPJPH Apresiasi 15 Perusahaan Produk Halal Indonesia Dominasi Top 30 OIC Halal Products Companies 2023*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-apresiasi-15-perusahaan-produk-halal-indonesia-dominasi-top-30-oic-halal-products-companies-2023>
- Baskoro, D. (2024). Eksplorasi Dunia Kecantikan di “Un5toppable” by Somethinc di Jakarta. *Era.Id*.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- CNBC Indonesia. (2024). Belanja Kecantikan Warga RI Hampir Rp 3 T, Lebih Besar dari Makanan. *CNBC Indonesia*.
- Compas.co.id. (2024). Tren Baru FMCG di E-commerce Tahun 2025. *Instagram*.
- Darmawan, A. D. (2025). *Statistik Penduduk Beragama Islam di DKI Jakarta 2019-2024*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/50d21a09360fba5/83-8-penduduk-di-dki-jakarta-beragama-islam>
- Desfitriady, & Pupu, S. P. (2024). Pengaruh Harga dan Electronic Word Of Mouth terhadap keputusan Pembelian pada Kosmetik Madame Gie di Marketplace Shopee. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 252–256.
- Dhea Febyana, S., Herman Mulyono, L. E., & Mujahid Dakwah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(1), 68–73. <https://doi.org/10.29303/jsehv9i1.199>
- Dinar Standard. (2023a). State of the Global Islamic Economy Report. *DinarStandard*, 65–66.
- Dinar Standard. (2023b). *Top 30 OIC Halal Products Companies 2023*. Salaam Gateway. <https://salaamgateway.com/ranking/top-30-oic-halal-products-companies-2023>
- Farichah, S., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2966–2980. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4851>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). Word-of-mouth measurement scale for eservice context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hardani, N., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Haryono, S. (2016). *Buku 3 in 1 Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS, Lisrel, dan PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasan, H. (2016). A Study On Awareness And Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students In Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016, Dubai, March*, 803–811.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java' Students. In *Jurnal Farmasi Indonesia* (Vol. 19, Issue 2). <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>
- Himmah, A. R., & Prihatini, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pixy Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153–1161. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31359>
- Hosen, N. (2007). *Gerakan 3H Ekonomi Syariah : Halal Memperoleh, Halal Mengkonsumsi, Halal Memanfaatkan / Nadratuzzaman Hosen*. Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah.
- Insight Factory by SOCO. (2023). *Behavior in Purchasing Beauty Categories*.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
- Junaidi. (2015). Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0.05. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi Jambi*.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>

Karimah, A. I., & Alifa, N. R. (2023). Keputusan Pembelian Produk Kosmetik PT. Paragon Technology and Innovation Berdasarkan Brand Awareness dan Halal Awareness. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(2), 77–91. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.28137>

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2021). *Obat, Kosmetik, dan Barang Gunaan Wajib Bersertifikat Halal*. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/obat-kosmetik-dan-barang-gunaan-wajib-bersertifikat-halal-et3gi2>

Khofifah, S., & Supriyanto, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v15i1.187>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi ke-7). Salemba Empat.

Kusuma, W. P., Apriyanti, N., & Hidayat, S. (2024). Analisis Perilaku Pelanggan Terhadap Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 218–226.

Lailaturrohmah, S., & Lutviyani, A. (2021). The effect of education on knowledge and attitudes in using halal cosmetic products. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2), 83. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.4-issue.2.83-89>

Machmud, A., Yuliawati, T., & Adirestuty, F. (2019). *Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Islam: Solusi Keadilan dan Kesejahteraan Edisi 2*. Penerbit Salemba Diniyah.

Malikah. (2013). *Kesadaran Diri Proses Pembentukan Karakter Islam*. 129–150.

Maria, P., & Pandoyo. (2020). Pengaruh Atribut Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 40–47.

Matondang, Z., Hamni Fadlilah, & Ahmad Saefullah. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 18–38. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.138.18-38>

Meidiastri, N., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Somethinc Pada Platform E-commerce Shopee Di Official Store Somethinc. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 266–275.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 622–635. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i3.703>
- Mubarak, M. S. (2023). Perspektif Tafsir Al-Mishbah Tentang Membangun Kesadaran Untuk Kembali Pada Allah SWT. *Jurnal Studi Al-Quran-Hadis Dan Pemikiran Islam*.
- Muhamad, N. (2024). *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada Semester I 2024*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b45dd8e5dd0/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-semester-i-2024>
- Nawiyah, Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>
- Pulungan, I. S. C., Yuliana, Y., Utama, I., & Hadian, A. (2024). Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Kelurahan Sitirejo Iii Kecamatan Medan Amplas). *JURNAL EKONOMI USI*, 6(3), 476–484.
- Raharto, E., Dienillah, I., Maghfirah Damayanti, N., & Masruroh, S. (2024). The Influence Analysis Of Halal Certificate, Halal Awariness, Brand Image And Religiosity On Decisions To Purchase Halal Product (Study On Students Pondok Pesantren Salafiyah Abu Zairi Bondowoso). *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 5(2), 363–383.
- Rahmawati, Husni Thamrin, & Zulfadli Nugraha Triyan Putra. (2022). Overview Industri Halal di Perdagangan Global. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 72–81. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9657](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9657)
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1). <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Salaam Gateway. (2023). *Beauty Haul Indonesia*. <https://salaamgateway.com/company/beauty-haul-indonesia>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Salsabillah, N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price Perception On Repurchase Decision Of Wardah Cosmetic Products Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Wardah Cosmetic. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8801–8808.
- Sholihin, R. (2024). Konsep Halal Dan Haram (Perspektif Hukum Dan Pendidikan). *Journal of Islamic and Law Studies*, 8(1), 1–8.
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380–388. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28149>
- Somethinc. (2025). *Skincare Collection*.
- Sonang, S., Purba, A. T., & Pardede, F. O. I. (2019). Pengelompokan Jumlah Penduduk Berdasarkan Kategori Usia Dengan Metode K-Means. *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 2(2), 166. <https://doi.org/10.37600/tekinkom.v2i2.115>
- Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 9(1), 93–110.
- Suryowati, B., & Nurhasanah, N. (2020). Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 9(01), 11–20.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran* (edisi 1). Penerbit Andi.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Waluyo, D. (2024). *Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen, Peluang IKM Berinovasi*. Portal Informasi Indonesia. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1>

Wijayanti, R., & Meftahudin, M. (2018). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istimbath dan Ijtihad dalam Menetapkan Hukum Produk Halal. *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din*, 20(2), 241–268. <https://doi.org/10.21580/ihya.20.2.4048>

Yulindasari, E. R. (2022). *Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee*. 3(1), 55–69.

Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>

ZAP Clinic. (2024). *ZAP BEAUTY INDEX*. 1–23.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Kepada Bapak/Ibu/Saudara/I

Perkenalkan saya Sintiya Pratiwi mahasiswi Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Halal Awareness*, *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Produk Somethinc di DKI Jakarta)”**.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Beragama Islam
2. Pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik Somethinc
3. Berdomisili di DKI Jakarta
4. Berusia antara 18 hingga 40 tahun

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Anda untuk berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang Anda berikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan untuk keperluan penelitian. Untuk partisipasinya, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan teliti beberapa pernyataan yang ada di bawah ini
2. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pengalaman dan situasi Anda secara jujur dan objektif
3. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

Keterangan	Skor Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pertanyaan Kuesioner

a. Tahap Screening :

Jika jawaban responden untuk pertanyaan di bawah ini adalah “Ya”, maka responden dapat melanjutkan pertanyaan berikutnya. Namun, jika responden memilih jawaban “Tidak”, maka responden tidak dapat melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden	
		Ya	Tidak
1	Saya seorang Muslim		
2	Saya pernah membeli dan/atau menggunakan produk Somethinc		
3	Saya berdomisili di DKI Jakarta		

b. Informasi Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Nama	
2	Jenis Kelamin	Perempuan
		Laki-laki
3	Usia	18 – 20 tahun
		21 – 25 tahun
		26 – 30 tahun
		31 – 35 tahun
		36 – 40 tahun
4	Domisili	Jakarta Barat
		Jakarta Pusat
		Jakarta Selatan
		Jakarta Timur
		Jakarta Utara
6	Pekerjaan saat ini	Kepulauan Seribu
		Pelajar/Mahasiswa
		Karyawan/Pegawai
		Wirausaha
		Ibu Rumah Tangga
8		Lainnya:
		< Rp 200.000



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Rata-rata pengeluaran per bulan untuk belanja produk <i>makeup</i> dan <i>skincare</i> Somethinc	Rp 200.000 – Rp 500.000
		Rp 500.000 – Rp 1.000.000
		> Rp 1.000.000
9	Jenis produk Somethinc yang digunakan	Make up
		Skincare
		Skincare dan Make up

c. Pernyataan Kuesioner

Each Variable Statements		Likert Scale			
No	Halal Awareness (HA)	1	2	3	4
1	Saya mengetahui bahwa Somethinc adalah merek kosmetik yang bersertifikat halal.				
2	Saya selalu mencari tahu kehalalan produk <i>skincare</i> dan/atau kosmetik merek Somethinc dari berbagai sumber yang ada, seperti melalui <i>website</i> BPJPH				
3	Saya percaya bahwa memilih produk halal seperti Somethinc merupakan bagian dari menjalankan ajaran agama saya				
4	Saya percaya bahwa produk halal Somethinc lebih aman bagi kesehatan kulit saya.				
5	Saya merasa yakin untuk membeli produk Somethinc karena terdapat label halal dalam kemasan produknya				
6	Saya menghindari produk kosmetik yang belum jelas status kehalalannya				
7	Saya memilih menggunakan kosmetik halal Somethinc karena memiliki standar kebersihan yang tinggi.				
8	Saya memilih menggunakan kosmetik halal Somethinc karena memiliki standar keamanan yang tinggi.				
	Electronic Word of Mouth (E-WoM)				
9	Saya selalu mencari informasi mengenai ulasan produk Somethinc secara <i>online</i> di media sosial				
10	Saya membaca ulasan dari konsumen lain sebelum memutuskan untuk membeli produk Somethinc				
11	Saya merasa lebih yakin membeli produk Somethinc karena banyaknya ulasan positif yang saya temukan di media sosial				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

12	Komentar positif pengguna lain di media sosial mendorong saya untuk membeli produk Somethinc.				
13	Informasi yang dibagikan oleh pengguna lain membantu saya memahami kualitas produk Somethinc secara lebih baik				
14	Saya sering menerima rekomendasi produk Somethinc melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, atau X				
15	Informasi <i>online</i> yang saya temukan membantu saya memilih varian produk Somethinc yang sesuai dengan kebutuhan saya.				
	Persepsi Harga (PH)				
16	Saya merasa harga produk Somethinc masih terjangkau				
17	Saya merasa harga produk Somethinc sesuai dengan kemampuan daya beli saya				
18	Somethinc menawarkan pilihan harga yang sesuai untuk berbagai kalangan konsumen				
19	Saya menilai kualitas produk Somethinc sebanding dengan harga yang saya bayarkan				
20	Saya merasa harga produk Somethinc layak berdasarkan kandungan dan efektivitasnya				
21	Saya menilai harga produk Somethinc masih kompetitif dibandingkan dengan brand kosmetik lainnya				
22	Saya merasa harga produk Somethinc sebanding dengan manfaat yang rasakan setelah pemakaian				
	Keputusan Pembelian (KP)				
23	Saya membeli produk Somethinc karena produk tersebut sesuai dengan kebutuhan kulit saya				
24	Saya membeli produk Somethinc, karena saya mendapat informasi kehalalannya melalui ulasan konsumen di media sosial				
25	Saya membeli produk <u>Somethinc</u> karena saya mendapat informasi kehalalannya dari sumber terpercaya (<i>website</i> BPJPH)				
26	Saya membeli produk Somethinc karena kualitasnya lebih baik dibandingkan kosmetik lain				
27	Saya membeli produk Somethinc karena harganya lebih murah dibandingkan produk kosmetik lain				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

28	Saya membeli produk Somethinc setelah mempertimbangkan ulasan konsumen di media sosial				
29	Saya membeli Somethinc karena produknya memiliki label halal yang jelas				
30	Saya membeli kosmetik Somethinc karena harga produk sesuai dengan kualitasnya.				
31	Saya akan terus membeli produk Somethinc karena merasa puas dengan hasil penggunaannya				
32	Saya akan merekomendasikan produk Somethinc kepada teman maupun keluarga				



Hak Cipta :

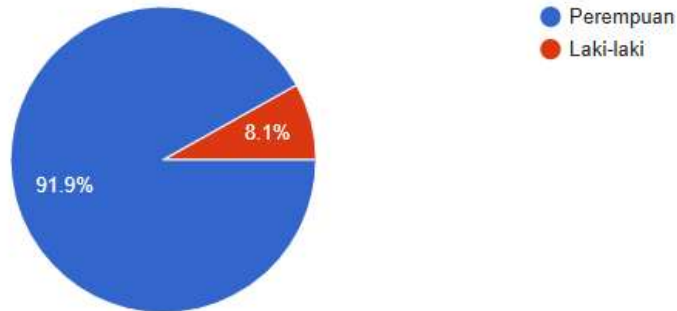
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Gambaran Umum Kriteria Responden

1. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

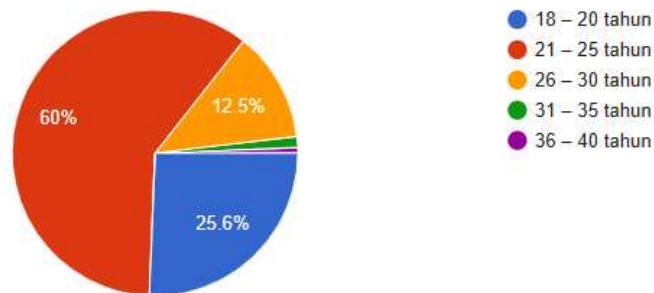
160 responses



2. Kriteria Responden Berdasarkan Usia

Usia

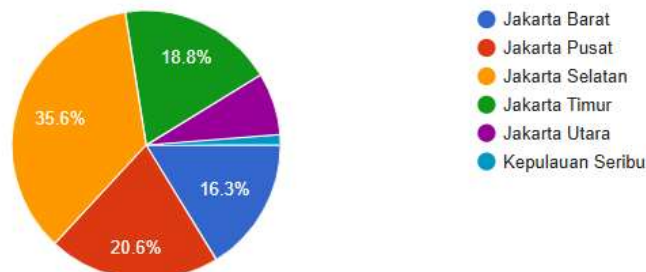
160 responses



3. Kriteria Responden Berdasarkan Domisili

Domisili

160 responses



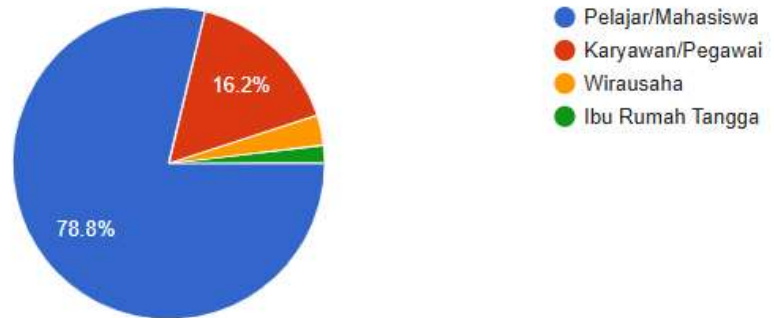
4. Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pekerjaan saat ini

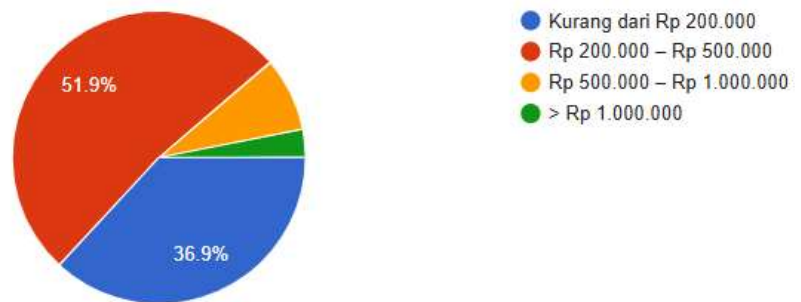
160 responses



5. Kriteria Responden Berdasarkan Pengeluaran

Rata-rata pengeluaran per bulan untuk belanja produk *makeup* dan *skincare* Somethinc

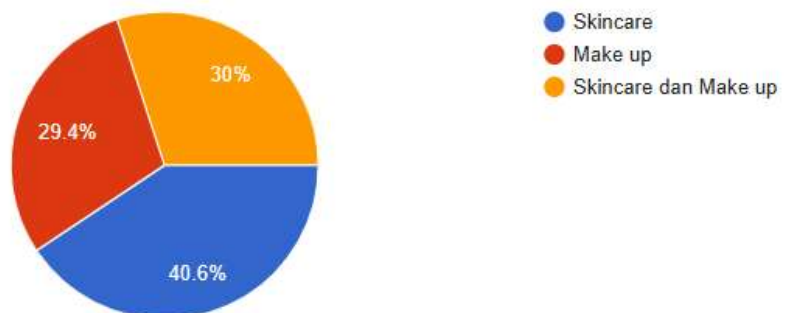
160 responses



6. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Produk

Jenis produk Somethinc yang digunakan

160 responses



Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Responden

NO	HALAL AWARENESS (X1)							
	HA1	HA2	HA3	HA4	HA5	HA6	HA7	HA8
1	3	4	3	4	4	4	4	4
2	4	4	2	4	4	4	4	2
3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	2	3	3
5	4	3	4	3	4	4	4	3
6	4	3	3	4	4	4	3	3
7	4	3	4	4	4	4	4	4
8	4	2	4	4	4	4	4	3
9	3	4	3	4	3	4	3	3
10	4	3	4	4	4	3	4	4
11	3	2	3	4	3	3	3	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	2	3	3	3	4	3	3
14	4	3	3	4	4	4	4	3
15	4	3	3	4	4	3	3	3
16	4	3	4	4	3	4	4	3
17	4	3	3	4	4	4	4	3
18	4	4	3	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	4	3	3
21	4	3	3	4	4	4	4	4
22	4	4	2	4	4	4	4	4
23	4	2	4	3	4	4	3	3
24	3	4	4	3	3	3	4	4
25	3	3	3	3	3	4	3	3

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

26	4	4	4	4	3	4	3	4
27	3	4	2	3	4	2	3	1
28	4	4	3	3	3	4	4	4
29	3	3	4	4	3	4	4	4
30	3	3	3	4	3	4	3	3
31	3	3	3	2	2	4	3	3
32	4	3	3	3	3	4	4	3
33	4	3	4	4	4	3	3	3
34	4	4	4	3	4	3	4	3
35	4	3	3	4	4	4	4	4
36	3	4	3	3	4	4	3	4
37	2	2	3	3	4	2	3	3
38	4	3	3	4	3	4	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	3	4	4	4	3	3	3
41	3	2	4	3	3	2	4	3
42	4	3	4	4	4	3	3	4
43	4	3	4	4	4	4	4	4
44	3	2	4	4	3	3	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	4	3	3	4	4	3
47	4	3	3	3	4	3	3	4
48	3	3	4	4	3	4	4	3
49	4	3	3	4	3	4	4	3
50	4	4	3	4	4	3	4	4
51	4	3	3	3	4	3	4	4
52	3	4	2	3	4	1	3	3
53	4	2	4	3	4	2	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

54	1	1	3	4	3	3	2	3
55	3	2	3	3	3	2	3	3
56	4	3	2	4	3	3	2	4
57	3	3	2	3	3	4	3	4
58	3	3	3	4	3	4	3	4
59	4	4	3	3	4	3	4	4
60	4	3	3	4	4	4	4	3
61	4	4	3	3	3	4	4	4
62	4	4	3	4	4	2	4	4
63	3	3	4	4	4	4	3	3
64	3	4	3	3	4	4	3	3
65	4	3	3	4	3	3	4	4
66	4	4	3	3	4	3	4	4
67	4	3	2	3	2	4	4	3
68	4	3	3	4	3	2	4	3
69	4	3	3	3	4	1	4	4
70	3	4	4	3	4	4	3	4
71	3	2	3	4	2	4	2	3
72	3	3	3	4	4	4	4	4
73	4	4	4	3	4	3	3	4
74	4	3	4	3	3	4	3	4
75	4	3	4	4	4	2	3	3
76	4	4	4	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	4	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	4
79	3	4	3	3	4	4	4	3
80	4	4	4	3	4	4	4	4
81	4	3	4	3	4	4	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

82	3	4	3	4	4	1	3	3
83	3	3	4	4	4	4	3	3
84	4	3	4	3	3	4	3	4
85	3	4	4	3	4	4	3	3
86	4	3	4	4	4	3	3	4
87	4	4	3	3	4	3	4	4
88	4	2	3	4	3	3	4	4
89	4	4	3	3	4	4	3	4
90	4	3	3	3	4	3	4	4
91	3	4	4	3	4	3	3	4
92	3	3	4	3	4	4	3	3
93	4	4	4	3	4	4	4	3
94	3	2	4	3	3	3	3	3
95	3	3	4	4	3	4	4	3
96	4	4	4	3	4	4	4	3
97	4	4	4	3	4	4	3	4
98	4	3	3	3	3	3	3	3
99	3	4	3	2	3	4	4	4
100	3	4	4	3	4	4	3	4
101	3	4	4	3	4	3	2	2
102	3	4	4	3	4	3	2	2
103	4	3	3	3	3	4	3	3
104	4	3	4	3	4	3	3	3
105	4	3	4	4	3	4	3	3
106	3	4	4	4	3	4	2	2
107	3	3	3	3	3	3	3	3
108	3	3	3	3	3	3	3	3
109	1	2	2	1	1	1	1	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

110	4	4	3	4	4	4	3	3
111	2	2	1	2	1	1	1	2
112	3	4	4	4	4	4	4	4
113	4	3	3	4	4	3	3	3
114	4	4	4	4	4	4	4	4
115	2	4	3	4	4	4	4	4
116	2	4	4	4	3	4	4	4
117	1	1	1	1	1	1	1	1
118	4	4	4	4	2	4	4	4
119	3	2	4	2	3	4	2	4
120	4	4	2	4	4	4	4	4
121	2	2	2	2	2	1	1	2
122	2	3	2	2	3	2	2	2
123	3	1	1	1	2	2	2	2
124	3	3	2	3	3	2	2	3
125	1	1	1	2	3	1	3	2
126	3	3	4	4	4	4	2	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4
128	3	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	2	4
130	2	2	1	2	2	1	2	2
131	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	2	3	3	3	2	2	3
133	4	3	4	4	3	4	2	4
134	3	3	3	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	2	2
136	2	2	3	3	3	2	2	1
137	2	2	2	2	2	2	2	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

138	4	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	2	4	4	4	4	4	4	4
141	4	3	3	4	4	4	4	4
142	3	4	3	3	4	4	4	3
143	4	4	4	4	4	4	4	4
144	4	4	3	4	3	4	3	3
145	4	3	4	4	4	4	3	3
146	2	2	3	3	4	4	4	4
147	3	2	3	3	3	3	3	3
148	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	4	3	3	3	4	4	4
150	4	3	4	4	3	2	4	4
151	4	3	4	4	4	4	4	3
152	4	4	4	3	4	4	3	4
153	4	4	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	4	4
155	4	3	4	4	4	3	2	4
156	4	4	3	3	4	4	4	4
157	4	4	3	4	4	4	3	3
158	4	4	4	4	4	4	4	4
159	4	4	4	4	4	4	4	4
160	2	3	4	2	4	4	4	2

NO	E-WOM (X2)						
	EW1	EW2	EW3	EW4	EW5	EW6	EW7
1	4	4	4	4	4	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2	2	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	4	3	4
5	3	4	3	4	3	3	4
6	3	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	4	2	3
8	4	4	4	4	4	4	4
9	1	3	4	3	3	4	4
10	4	4	4	3	4	4	4
11	4	3	4	3	4	4	3
12	4	3	4	3	3	4	3
13	4	3	4	4	4	3	3
14	4	4	3	3	4	4	4
15	4	4	4	4	3	4	4
16	4	4	3	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	2	4	4
20	3	3	3	4	4	3	3
21	4	4	3	3	3	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	3	4	3	4	3	4	3
24	4	4	4	3	4	3	4
25	4	4	3	4	4	4	3
26	4	3	4	3	4	4	3
27	3	4	2	4	3	2	3
28	4	4	3	3	3	2	3
29	4	4	4	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

30	4	4	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	3	3	4
33	3	4	4	4	4	4	3
34	3	3	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	3	3	4	4	3
37	3	4	3	3	3	4	3
38	3	4	4	3	3	4	4
39	3	3	4	3	4	4	3
40	4	4	3	3	3	4	4
41	2	3	3	4	2	3	2
42	3	4	4	3	3	3	4
43	4	4	4	4	4	4	4
44	1	3	2	2	4	3	1
45	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	4	3	4	3	4
47	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4
49	3	4	4	3	4	3	4
50	4	4	3	4	4	4	3
51	4	3	4	4	3	4	3
52	3	4	3	4	3	3	4
53	4	4	4	3	3	4	3
54	2	4	3	3	1	2	3
55	4	3	4	4	3	3	4
56	3	2	4	2	4	2	2
57	3	3	3	4	4	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

58	4	4	3	4	3	4	3
59	3	4	3	4	3	4	3
60	4	4	4	4	4	3	4
61	3	3	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	3	3	4	4	4
64	4	3	3	3	3	4	3
65	4	4	4	4	3	3	4
66	4	3	4	4	3	4	3
67	4	3	4	3	3	2	3
68	4	4	3	3	4	4	4
69	4	4	3	4	4	4	3
70	3	4	4	3	4	3	4
71	3	4	3	2	2	4	2
72	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	3	4	4
74	4	3	4	3	4	4	3
75	4	4	3	4	3	4	4
76	4	4	4	3	4	4	3
77	4	4	3	4	3	4	4
78	1	2	2	3	3	3	3
79	3	3	4	4	3	3	4
80	4	4	4	3	4	4	3
81	4	4	4	3	4	4	4
82	4	3	4	3	4	3	3
83	3	4	4	3	4	4	4
84	3	3	4	3	3	4	4
85	3	4	3	3	4	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

86	3	4	4	3	4	4	4
87	4	4	3	3	4	3	4
88	3	3	3	3	2	3	2
89	3	4	3	4	4	4	4
90	3	4	4	4	4	4	3
91	4	3	4	2	3	4	4
92	4	4	3	4	3	3	4
93	4	4	3	4	3	3	4
94	4	4	4	4	4	4	3
95	4	4	3	4	4	3	3
96	4	4	3	4	4	4	4
97	4	3	3	4	3	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4
99	4	3	2	3	2	4	4
100	4	4	3	3	4	4	3
101	4	3	3	4	4	4	3
102	4	3	3	4	4	4	3
103	4	4	4	4	4	4	4
104	3	4	3	3	3	4	4
105	3	4	4	4	4	3	3
106	3	3	4	3	3	2	3
107	3	4	3	4	3	3	3
108	3	2	3	2	3	3	2
109	2	2	2	2	2	2	2
110	3	3	4	3	3	3	3
111	3	3	4	3	3	3	3
112	4	4	4	4	2	4	4
113	4	4	4	4	4	4	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

114	3	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4
116	3	4	3	4	4	4	4
117	2	2	2	3	2	2	2
118	4	3	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4
120	4	1	4	4	4	4	4
121	2	2	2	2	2	2	2
122	1	1	1	1	1	1	1
123	1	1	1	1	1	1	1
124	2	2	2	2	2	2	3
125	3	2	2	2	2	2	2
126	4	3	4	4	4	4	4
127	4	4	3	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	2
129	3	4	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	2	3	2
131	3	3	4	4	4	4	4
132	1	1	2	2	1	1	2
133	4	3	3	4	4	4	4
134	2	2	4	4	4	4	2
135	3	4	4	4	4	3	4
136	3	3	3	3	2	2	3
137	3	3	2	3	2	2	2
138	2	3	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	3	3
140	4	4	4	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

142	4	4	4	4	4	4	4
143	4	3	3	4	4	4	4
144	4	4	3	3	3	4	3
145	4	4	3	4	4	3	3
146	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4
148	4	3	4	4	3	1	3
149	3	3	4	3	4	4	4
150	3	4	3	3	4	4	3
151	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	3	3	4	4
153	4	4	4	4	4	3	4
154	4	4	4	4	3	4	4
155	4	4	4	4	4	3	4
156	4	4	4	4	3	4	3
157	4	3	3	4	3	3	4
158	4	4	4	4	4	3	4
159	4	4	3	4	3	3	4
160	4	4	4	4	4	4	4

NO	PERSEPSI HARGA (X3)						
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7
1	2	3	3	4	4	4	4
2	4	4	4	3	3	2	2
3	2	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3	3
6	3	3	4	4	4	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7	4	4	4	4	4	2	4
8	3	3	3	3	4	4	4
9	1	1	2	3	3	3	4
10	3	3	4	4	4	4	3
11	2	3	3	3	3	3	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	4	3	3	3
14	4	4	4	3	4	4	3
15	4	4	4	4	3	3	4
16	2	2	3	4	3	3	4
17	3	4	3	3	3	4	3
18	3	3	3	4	4	3	4
19	2	3	2	4	4	2	4
20	3	3	4	3	3	3	4
21	3	3	4	4	4	3	3
22	4	3	4	4	4	4	3
23	3	4	3	4	4	3	3
24	3	4	3	4	4	3	4
25	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	4	3	4	3	4
27	4	4	3	4	2	3	4
28	3	3	3	4	4	3	4
29	3	3	2	4	3	3	3
30	4	4	4	4	4	3	4
31	3	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	4	3	3	3
33	1	2	2	3	3	2	3
34	3	3	3	3	3	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

35	3	3	3	4	4	4	4
36	3	4	4	3	4	4	3
37	2	2	3	4	4	3	3
38	3	3	4	4	4	3	3
39	4	4	4	4	3	4	4
40	3	3	4	4	4	4	3
41	3	2	3	3	2	4	4
42	3	3	4	3	4	4	3
43	3	3	3	4	4	4	4
44	3	2	1	4	3	3	4
45	3	3	4	4	4	4	4
46	3	4	3	2	3	4	3
47	3	3	3	4	4	3	4
48	4	3	3	4	4	3	4
49	2	2	3	4	2	2	2
50	4	4	4	3	3	3	4
51	4	4	3	3	4	3	3
52	4	3	1	3	4	3	2
53	4	4	3	4	3	3	3
54	4	3	1	2	4	3	4
55	3	4	3	3	3	3	4
56	3	2	3	4	3	2	3
57	3	3	3	3	3	3	3
58	3	3	2	4	4	3	4
59	4	4	3	3	3	4	4
60	4	4	3	3	4	4	4
61	4	4	4	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

63	3	4	2	3	3	4	4
64	3	4	3	3	3	3	3
65	4	4	3	4	4	4	4
66	4	4	3	4	3	3	4
67	2	3	3	4	4	2	3
68	3	3	3	4	3	3	3
69	3	4	2	2	3	3	3
70	3	3	4	4	3	4	4
71	2	1	3	2	3	3	3
72	3	3	3	4	3	3	3
73	3	3	4	3	4	4	4
74	4	3	3	4	3	3	4
75	3	3	4	3	4	3	3
76	3	3	4	4	3	3	4
77	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	4	3	3	4
79	4	4	4	3	3	3	3
80	2	2	3	4	4	4	4
81	2	3	3	2	3	2	3
82	4	4	4	4	3	3	3
83	3	3	3	4	4	4	4
84	3	3	4	3	4	3	3
85	3	4	4	3	3	3	4
86	4	3	3	4	4	4	3
87	3	4	4	3	4	3	4
88	2	3	3	4	3	2	3
89	3	3	2	3	3	3	4
90	3	3	3	3	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

91	3	4	2	3	3	4	3
92	4	4	3	4	4	4	3
93	4	4	4	3	4	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	3	4	3	4
96	3	3	3	4	4	4	4
97	4	4	3	4	4	3	4
98	3	3	3	4	4	3	4
99	4	2	4	4	3	3	3
100	3	4	2	3	4	4	4
101	3	3	2	3	3	2	3
102	3	3	2	3	3	2	3
103	3	3	3	4	4	3	3
104	4	4	3	3	3	4	3
105	3	3	3	4	4	3	3
106	2	3	3	2	2	3	2
107	2	3	2	3	3	3	3
108	1	1	1	3	3	1	1
109	1	1	1	1	1	1	1
110	2	3	3	3	3	3	3
111	1	1	1	1	2	1	3
112	3	2	3	3	4	4	4
113	2	4	4	4	3	4	4
114	3	2	4	3	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	3	3	4	4	4
117	3	2	1	1	3	1	1
118	3	4	4	3	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

119	4	4	4	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4	4	4
121	1	1	1	2	1	3	2
122	1	1	1	2	2	3	3
123	2	2	2	2	2	2	2
124	2	2	2	2	2	2	2
125	2	2	2	3	3	2	2
126	4	4	4	4	4	2	4
127	4	3	4	3	4	3	3
128	4	2	4	3	4	4	4
129	3	4	4	4	2	4	4
130	1	2	1	1	3	2	2
131	4	4	4	4	3	2	4
132	2	2	2	2	2	2	2
133	4	4	2	4	4	4	2
134	4	4	4	4	4	4	4
135	2	4	3	4	4	4	4
136	3	3	3	3	3	3	3
137	1	2	1	2	1	1	1
138	4	4	4	4	3	4	4
139	2	3	4	4	4	4	4
140	3	4	4	3	3	3	4
141	3	3	3	3	3	3	3
142	3	3	3	3	3	3	3
143	4	4	3	4	4	3	4
144	3	3	2	2	3	3	3
145	3	3	2	3	3	3	3
146	3	3	3	3	3	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

147	3	3	3	4	3	3	3
148	2	2	3	3	2	4	4
149	1	4	4	3	4	4	1
150	4	3	3	4	4	3	4
151	3	3	3	3	3	3	3
152	3	3	3	3	3	3	3
153	3	3	3	3	3	3	3
154	3	3	3	3	3	3	3
155	4	4	3	3	4	4	4
156	3	3	3	3	3	3	3
157	4	4	4	4	4	4	4
158	2	4	2	3	3	4	4
159	4	4	3	3	4	3	4
160	4	4	4	4	4	4	4

NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)									
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
2	3	3	2	1	2	3	3	4	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
6	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
7	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3
8	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	4	2	2	3	3	2	2	2
10	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
11	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

12	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
13	3	2	2	3	2	4	2	3	3	3
14	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
15	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
16	4	4	3	4	1	4	4	3	3	4
17	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
18	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
20	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4
21	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
24	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
25	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
26	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
27	3	3	3	4	1	2	4	3	2	3
28	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4
29	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4
30	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3
33	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3
34	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
35	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3
36	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
37	3	2	2	3	3	4	2	4	3	3
38	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
39	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

40	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
41	2	3	4	3	3	2	4	3	2	4
42	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4
43	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
44	2	1	3	3	4	1	3	3	4	4
45	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
46	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
47	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4
48	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
49	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3
50	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
51	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
52	3	3	3	4	3	4	2	4	3	1
53	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4
54	2	3	3	4	1	1	2	2	1	2
55	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3
56	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2
57	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
58	3	2	1	3	2	4	2	3	2	3
59	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4
60	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
61	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
63	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
64	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4
65	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
66	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
67	4	3	4	2	3	3	4	2	3	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

68	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
69	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3
70	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
71	4	2	4	3	4	2	3	4	3	2
72	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
73	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
74	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
75	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
76	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
77	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
78	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4
79	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
81	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3
82	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3
83	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
84	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
85	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
86	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
87	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
88	4	4	2	3	2	4	3	4	4	3
89	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3
90	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
91	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4
92	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4
93	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
94	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
95	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

96	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
97	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4
98	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
99	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3
100	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4
101	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3
102	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3
103	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3
104	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3
105	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3
106	3	3	4	2	2	3	3	3	4	3
107	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3
108	3	4	2	2	2	3	3	3	3	2
109	3	1	1	3	1	2	2	1	2	1
110	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3
111	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
115	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2
122	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2
123	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

124	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2
125	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1
131	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
137	3	2	2	2	1	1	3	3	2	2
138	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
139	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
140	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
141	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3
142	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3
143	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4
144	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4
145	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3
146	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
147	2	4	2	3	2	4	4	4	3	3
148	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
149	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	3	3	3	4	2	3	4	4	2	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
154	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3
158	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
159	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3
160	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test*

1. Uji Validitas *Pre-Test* Variabel *Halal Awareness* (X1)

Correlations

		HA1	HA2	HA3	HA4	HA5	HA6	HA7	HA8	HalalAwareness
HA1	Pearson Correlation	1	.575*	.511*	.531*	.639*	.340	.428*	.583*	.759**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.003	.000	.066	.018	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA2	Pearson Correlation	.575*	1	.483*	.251	.418*	.448*	.657*	.505*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001		.007	.181	.022	.013	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA3	Pearson Correlation	.511*	.483*	1	.614*	.577*	.809*	.503*	.571*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.004	.007		.000	.001	.000	.005	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA4	Pearson Correlation	.531*	.251	.614*	1	.736*	.396*	.475*	.432*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.003	.181	.000		.000	.031	.008	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA5	Pearson Correlation	.639*	.418*	.577*	.736*	1	.522*	.605*	.440*	.796**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.001	.000		.003	.000	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA6	Pearson Correlation	.340	.448*	.809*	.396*	.522*	1	.538*	.489*	.731**
	Sig. (2-tailed)	.066	.013	.000	.031	.003		.002	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA7	Pearson Correlation	.428*	.657*	.503*	.475*	.605*	.538*	1	.622*	.798**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.005	.008	.000	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HA8	Pearson Correlation	.583*	.505*	.571*	.432*	.440*	.489*	.622*	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.001	.017	.015	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HalalAwareness	Pearson Correlation	.759*	.725*	.816*	.711*	.796*	.731*	.798*	.775*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Pre-Test Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2)

Correlations



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		EW 1	EW 2	EW 3	EW 4	EW 5	EW 6	EW 7	Electronic Word of Mouth
EW1	Pearson Correlation	1	.644**	.544**	.557**	.577**	.386*	.268	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.001	.035	.153	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW2	Pearson Correlation	.644**	1	.664**	.584**	.538**	.524**	.418*	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.002	.003	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW3	Pearson Correlation	.544**	.664**	1	.505**	.673**	.558**	.622**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.004	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW4	Pearson Correlation	.557**	.584**	.505**	1	.557**	.791**	.412*	.807**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.004		.001	.000	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW5	Pearson Correlation	.577**	.538**	.673**	.557**	1	.509**	.479**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.001		.004	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW6	Pearson Correlation	.386*	.524**	.558**	.791**	.509**	1	.353	.748**
	Sig. (2-tailed)	.035	.003	.001	.000	.004		.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
EW7	Pearson Correlation	.268	.418*	.622**	.412*	.479**	.353	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.153	.022	.000	.024	.007	.056		.000

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N		30	30	30	30	30	30	30	30
ElectronicWordofMouth	Pearson Correlation	.743**	.812**	.839**	.807**	.805**	.748**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Pre-Test Variabel Persepsi Harga (X3)

		Correlations							
		PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PersepsiHarga
PH1	Pearson Correlation	1	.607**	.510**	.593**	.471**	.657**	.583**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.001	.009	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH2	Pearson Correlation	.607**	1	.686**	.487**	.373*	.527**	.493**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.042	.003	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH3	Pearson Correlation	.510**	.686**	1	.510**	.386*	.428*	.522**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.004	.035	.018	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH4	Pearson Correlation	.593**	.487**	.510**	1	.471**	.657**	.583**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.004		.009	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH5	Pearson Correlation	.471**	.373*	.386*	.471**	1	.738**	.686**	.756**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Sig. (2-tailed)	.009	.042	.035	.009		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH6	Pearson Correlation	.657**	.527**	.428*	.657**	.738**	1	.642**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.018	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PH7	Pearson Correlation	.583**	.493**	.522**	.583**	.686**	.642**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.003	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
PersepsiHarga	Pearson Correlation	.797**	.761**	.737**	.775**	.756**	.847**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

POLITEKNIK

4. Uji Validitas Pre-Test Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	KP 10	KeputusanPembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.692**	.488**	.442*	.537**	.612**	.484**	.657**	.692**	.484**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.014	.000	.000	.007	.000	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.692**	1	.595**	.270	.560**	.516**	.575**	.450*	.674**	.450*	.755**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.149	.001	.004	.001	.013	.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.488**	.595**	1	.548**	.680**	.423*	.510**	.637**	.484**	.384*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.002	.000	.020	.004	.000	.007	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.442*	.270	.548**	1	.511**	.444*	.508**	.649**	.516**	.508**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.014	.149	.002		.004	.014	.004	.000	.004	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.537**	.560**	.680**	.511**	1	.390*	.466**	.714**	.668**	.466**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.004		.033	.009	.000	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.612**	.516**	.423*	.444*	.390*	1	.649**	.649**	.762**	.508**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.020	.014	.033		.000	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.484**	.575**	.510**	.508**	.466**	.649**	1	.569**	.575**	.426*	.744**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.004	.004	.009	.000		.001	.001	.019	.000

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	.657**	.450*	.637**	.649**	.714**	.649**	.569**	1	.699**	.569**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP9	Pearson Correlation	.692**	.674**	.484**	.516**	.668**	.762**	.575**	.699**	1	.699**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.004	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP10	Pearson Correlation	.484**	.450*	.384*	.508**	.466**	.508**	.426*	.569**	.699**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.007	.013	.036	.004	.009	.004	.019	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KeputusanPembelian	Pearson Correlation	.779**	.755**	.753**	.696**	.786**	.766**	.744**	.851**	.878**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Uji Reliabilitas Variabel *Halal Awareness* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	8

2. Uji Reliabilitas Variabel *Electronic Word of Mouth* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	7

3. Uji Reliabilitas Variabel *Persepsi Harga* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	7

4. Uji Reliabilitas Variabel *Keputusan Pembelian* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	10



Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Output Uji Validitas dan Reliabilitas

Outer Loadings

	EWOM	HALAL AWARE...	KEPUTUSAN P...	PERSEPSI HAR...
EW1	0,737			
EW2	0,747			
EW3	0,749			
EW4	0,758			
EW5	0,746			
EW6	0,758			
EW7	0,771			
HA1		0,739		
HA4		0,741		
HA5		0,715		
HA6		0,710		
HA7		0,758		
HA8		0,748		
PH1				0,729
PH2				0,728
PH3				0,759
PH4				0,707
PH5				0,720
PH6				0,727
PH7				0,723
Y1			0,735	
Y10			0,710	
Y2			0,714	
Y3			0,722	
Y4			0,710	
Y5			0,714	
Y6			0,713	
Y7			0,706	
Y8			0,716	
Y9			0,727	

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted
EWOM	0,872	0,873	0,901	0,566
HALAL AWARE...	0,830	0,831	0,876	0,541
KEPUTUSAN PE...	0,895	0,896	0,914	0,514
PERSEPSI HAR...	0,852	0,855	0,887	0,530

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Discriminant Validity

	Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Hetero
	EWOM	HALAL AWARE...	KEPUTUSAN P...	PERSEPSI HAR...
EW1	0,737	0,461	0,537	0,453
EW2	0,747	0,463	0,514	0,443
EW3	0,749	0,557	0,562	0,468
EW4	0,758	0,502	0,557	0,518
EW5	0,746	0,558	0,574	0,539
EW6	0,758	0,515	0,596	0,502
EW7	0,771	0,536	0,564	0,537
HA1	0,475	0,739	0,560	0,462
HA4	0,501	0,741	0,538	0,514
HA5	0,536	0,715	0,537	0,596
HA6	0,516	0,710	0,567	0,540
HA7	0,527	0,758	0,554	0,540
HA8	0,465	0,748	0,615	0,532
PH1	0,417	0,424	0,433	0,729
PH2	0,505	0,469	0,534	0,728
PH3	0,505	0,593	0,603	0,759
PH4	0,471	0,564	0,508	0,707
PH5	0,530	0,526	0,522	0,720
PH6	0,461	0,533	0,603	0,727
PH7	0,455	0,543	0,534	0,723
Y1	0,581	0,594	0,735	0,506
Y10	0,504	0,567	0,710	0,574
Y2	0,558	0,598	0,714	0,460
Y3	0,516	0,558	0,722	0,493
Y4	0,514	0,459	0,710	0,537
Y5	0,436	0,489	0,714	0,559
Y6	0,679	0,579	0,713	0,539
Y7	0,517	0,568	0,706	0,573
Y8	0,532	0,548	0,716	0,529
Y9	0,451	0,508	0,727	0,537

Discriminant Validity

	Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Hetero
	EWOM	HALAL AWARE...	KEPUTUSAN P...	PERSEPSI HAR...
EWOM				
HALAL AWARE...	0,803			
KEPUTUSAN PE...	0,833	0,883		
PERSEPSI HAR...	0,760	0,852	0,839	

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Model Struktural (Inner Model)

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
KEPUTUSAN PE...	0,710	0,705

f Square

 Matrix	 f Square				
		EWOM	HALAL AWARE...	KEPUTUSAN P...	PERSEPSI HAR...
EWOM				0,173	
HALAL AWARE...				0,163	
KEPUTUSAN PE...					
PERSEPSI HAR...				0,116	

Construct Crossvalidated Redundancy

	Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5
		SSO		SSE		Q ² (=1-SSE/SSO)
EWOM		1120,000		1120,000		
HALAL AWARE...		960,000		960,000		
KEPUTUSAN PE...		1600,000		1041,227		0,349
PERSEPSI HAR...		1120,000		1120,000		

Path Coefficients

	Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
HALAL AWARE...	0,342	0,338	0,080	4,300	0,000
EWOM -> KEP...	0,325	0,320	0,074	4,399	0,000
PERSEPSI HAR...	0,280	0,290	0,074	3,780	0,000