



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

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER
NPURE
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN TONER NPURE DI DKI JAKARTA)**



Disusun oleh:
Indira Fitria / 2104411089

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



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

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER
NPURE
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN TONER NPURE DI DKI JAKARTA)**



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

Disusun oleh:
Indira Fitria / 2104411089

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



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 PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indira Fitria

NIM : 2104411089

Program Studi : Sarjana Terapan 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 Skripsi telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 17 Juli 2025



Indira Fitria

**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Indira Fitria

NIM : 2104411089

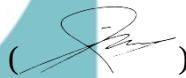
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Pada Konsumen Toner NPURE Di DKI Jakarta)

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si.

()

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.

()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 17 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP. 197009131999031002



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Indira Fitria
NIM : 2104411089
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan
Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Pada Konsumen Toner NPURE 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah, hidayah, petunjuk dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Terapan ini yang berjudul “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Kasus Pada Konsumen Toner NPURE Di DKI Jakarta)”. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi Terapan ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Dalam Penulisan Skripsi ini, tentu tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Eni dan Ibu Herni Syamsiah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dukungan materil dan non materil serta pengorbanan yang telah diberikan tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan tahap akhir studi ini.
2. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., AWP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta.
5. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, saran dan bantuan yang sangat baik dalam menyempurnakan skripsi terapan ini.
6. Bapak Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si. selaku Dosen Peguji yang telah memberikan arahan dan masukan untuk menyempurnakan skripsi terapan ini.
7. Adik-adik, Nailah Luthfiyah, Naurah Habibah, dan Muhammad Faturrahman yang selalu memberikan dukungan agar penulis menyelesaikan skripsi ini.



© 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

8. Sahabat-sahabat penulis Afifatun, Salsa, Putra, Safira, Aini, Mita, Kayla, dan Bani yang selalu membantu, berdiskusi, dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Sahabat penulis sedari Sekolah Menengah Pertama dan Menengah Atas sampai saat ini Mardiah, Narisha, Davyna, Tiara, Ayu, dan Sonya yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan program studi Keuangan dan Perbankan Syariah 2021, khususnya kelas BS 8C yang selalu berbagi suka, duka, dan hal-hal lain bersama-sama selama di perkuliahan.
11. Seluruh dosen, karyawan administrasi jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berharga selama proses perkuliahan.

Terima kasih banyak kepada semua pihak diatas. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulis memahami bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi terapan ini dan penulis ingin meminta maaf apabila masih terdapat kesalahan dalam penyusunan dan pemilihan kata. Oleh karena itu, penulis berharap segala saran, kritik dan masukan yang bersifat membangun dapat menyempurnakan skripsi terapan ini sehingga pada akhirnya dapat bermanfaat.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 17 Juli 2025

Mahasiswa,

Indira Fitria

NIM. 2104411089



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 civitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indira Fitria

NIM : 2104411089

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Jenis Karya : Skripsi

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 Label Halal, Kualitas Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Pada Konsumen Toner NPURE Di DKI Jakarta)**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, 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 : 17 Juli 2025

Yang menyatakan

Indira Fitria



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

Indira Fitria

Program Studi Sarjana Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Pada Konsumen Toner NPURE Di DKI Jakarta).

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian toner NPURE pada konsumen di DKI Jakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap produk halal serta maraknya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi produk. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 115 responden yang merupakan konsumen toner NPURE di wilayah DKI Jakarta, dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Temuan ini menegaskan bahwa keberadaan label halal menjadi penanda kepercayaan dan kepatuhan syariat, kualitas produk memberikan jaminan efektivitas dan keamanan, serta e-WOM menjadi referensi penting dalam membentuk persepsi konsumen. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsumen di DKI Jakarta, sebagai wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim dan penetrasi digital yang tinggi, sangat dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut dalam mengambil keputusan pembelian produk *skincare*.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Toner NPURE, DKI 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

Indira Fitria

Bachelor of Applied Shariah Finance and Banking Study Program

Effects of Halal Label, Product Quality, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions Toner NPURE (Study on Toner NPURE Consumers at DKI Jakarta)

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal label, product quality, and electronic word of mouth (e-WOM) on the purchase decision of NPURE toner among consumers in DKI Jakarta. This research is motivated by the increasing awareness of Muslim consumers regarding halal products and the widespread use of social media as a source of product information. Data were collected through a questionnaire distributed to 115 respondents who are NPURE toner consumers in the DKI Jakarta area and analyzed using the Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the help of the SmartPLS 4.0 application. The results show that all three independent variables—halal label, product quality, and electronic word of mouth—have a positive and significant effect on purchase decisions both partially and simultaneously. These findings highlight that the halal label serves as a symbol of trust and adherence to Islamic principles, product quality ensures effectiveness and safety, and e-WOM acts as a vital reference in shaping consumer perception. The study also reveals that consumers in DKI Jakarta, a region with a Muslim-majority population and high digital penetration, are strongly influenced by these three factors when making skincare product purchase decisions.

Keywords: *Halal Label, Product Quality, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision, NPURE Toner, DKI 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Label Halal	13
2.1.4. Kualitas Produk	18
2.1.5. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	20
2.1.6. Keputusan Pembelian	21
2.1.7. Toner NPURE	23
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pemikiran	33
2.4. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Objek Penelitian	38
3.3. Metode Pengambilan Sampel	38
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	40
3.5. Metode Pengumpulan Data Penelitian	40
3.6. Definisi Operasional Variabel	41
3.7. Metode Analisis Data	44
3.7.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
3.7.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
3.7.3. Uji Hipotesis Simultan	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Desain Penelitian	50
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>)	50
4.1.2. Gambaran Umum Responden	52
4.2. Hasil Penelitian	57
4.2.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57



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

4.4.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
4.4.3. Uji Hipotesis Simultan.....	65
4.3. Pembahasan	66
4.3.1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE	66
4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE	67
4.3.3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE.....	69
4.3.4. Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE.....	70
BAB V PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	81





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 TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Skala Likert	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	51
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	52
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4. 7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 8 Data Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	56
Tabel 4. 9 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	56
Tabel 4. 10 Nilai Outer Loadings	58
Tabel 4. 11 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	61
Tabel 4. 14 Nilai <i>R Square (R²)</i>	62
Tabel 4. 15 Nilai <i>F Square (F²)</i>	62
Tabel 4. 16 Nilai <i>Q Square (Q²)</i>	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Simultan	66



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 1. 1 Indonesia Importir dan Konsumen Kosmetik Halal Terbesar.....	1
Gambar 1. 2 Data Penjualan Toner NPURE di Situs <i>Online</i> Tahun 2022-2024	3
Gambar 1. 3 Lokasi Penjualan Terbanyak Produk NPURE	8
Gambar 4. 1 Model Pengukuran <i>Output PLS Algorithm</i>	58
Gambar 4. 2 Model Pengukuran <i>Output PLS Bootstrapping</i>	64





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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Poster Penyebaran Kuesioner	82
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner	87
Lampiran 4 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	96
Lampiran 5 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	98
Lampiran 6 Hasil Analisis Uji Hipotesis Simultan.....	98



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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri halal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, tercermin dari total nilai ekspor yang mencapai USD 41,42 miliar atau setara Rp673,90 triliun untuk periode Januari-Oktober 2024 (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2024). Industri ini tidak hanya mencakup produk makanan dan minuman, tetapi meluas ke berbagai sektor seperti kosmetik, farmasi, *fashion*, dan jasa keuangan. Industri kosmetik halal mencatat peningkatan yang pesat, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen Muslim akan pentingnya produk kosmetik yang tidak hanya aman dan berkualitas, tetapi juga sesuai dengan syariat Islam (Machbubah & Fahmi, 2024). Penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) turut mendorong kewajiban sertifikasi halal untuk produk kosmetik, sehingga memperkuat posisi industri ini di pasar domestik yang terlihat pada gambar 1.1. berikut



Gambar 1. 1 Indonesia Importir dan Konsumen Kosmetik Halal Terbesar
Sumber: *State of the Global Islamic Economy Report 2023/24*

Berdasarkan data di atas dalam laporan *State of the Global Islamic Economy* 2023/2024, Indonesia menempati posisi kelima sebagai importir kosmetik halal dan posisi kedua sebagai pasar konsumen kosmetik halal terbesar setelah India (DinasStandard, 2023). Tingginya tingkat permintaan kosmetik halal di Indonesia menyebabkan beragamnya jenis kosmetik produksi dalam negeri dan produksi luar negeri yang beredar di Indonesia.



© 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

Produk kosmetik berdasarkan fungsinya dibedakan menjadi dua, yaitu kosmetik riasan (*make-up*) dan kosmetik perawatan kulit (*skincare*). Kosmetik riasan (*make-up*) digunakan untuk merias atau mempercantik penampilan kulit, sementara kosmetik perawatan kulit (*skincare*) berfokus pada pemeliharaan kebersihan dan kesehatan kulit, serta dapat membantu mengatasi masalah pada kulit. Saat ini, penggunaan produk *skincare* tidak hanya sebatas memenuhi keinginan, tetapi telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi wanita maupun pria (Rantung et al., 2022). Terdapat berbagai jenis produk *skincare*, antara lain *cleanser*, *moisturizer*, *toner*, *sunscreen*, *peeling*, *serum*, *masker*, dan lainnya (Ika Pratiwi et al., 2021). Diantara produk-produk tersebut, toner memiliki peranan penting dalam tahapan perawatan kulit yang berfungsi untuk menyeimbangkan pH kulit, membersihkan sisa kotoran atau *make-up* yang tertinggal setelah penggunaan *cleanser*, serta membantu menyiapkan kulit untuk menyerap produk perawatan selanjutnya seperti *serum* atau *moisturizer* (Anurukvorakun & Numnim, 2023).

NPURE *Centella Asiatica Face Toner* merupakan salah satu produk toner yang telah mendapatkan perhatian dari konsumen di Indonesia. NPURE dikenal sebagai brand *skincare* lokal yang menggunakan bahan baku alami dari petani lokal. NPURE mengutamakan kealamian tanpa mengorbankan efektivitas, sehingga memberikan perawatan yang lembut namun tetap ampuh untuk berbagai masalah kulit. Kandungan yang ada pada NPURE *Centella Asiatica Face Toner* dapat membantu merawat kulit berjerawat, mengurangi kemerahan dan membuat kulit terasa segar dan halus, serta telah diuji secara dermatologi, bebas alkohol dan minimal *ingredients* (NPURE, 2022a).

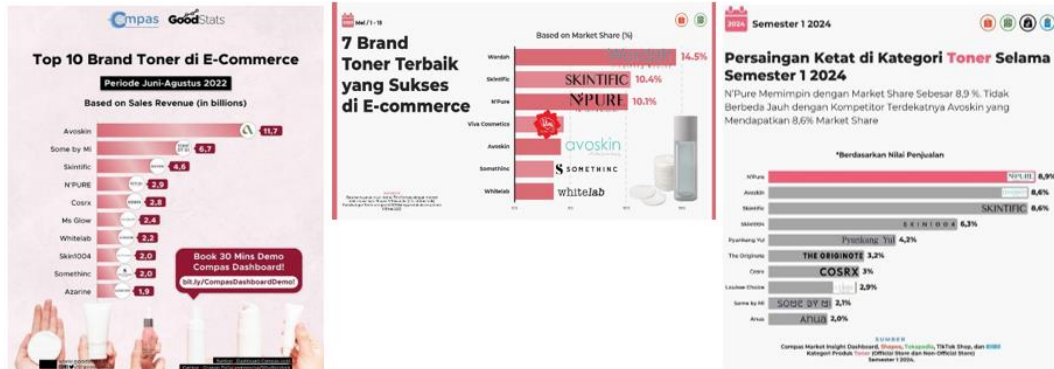
Pada tahun 2023, produk-produk NPURE, termasuk NPURE *Centella Asiatica Face Toner* telah resmi tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang ditampilkan secara jelas pada kemasannya. Hal ini membuktikan NPURE termasuk *skincare* yang aman digunakan dan tidak mengandung bahan-bahan yang bertentangan dengan syariat Islam seperti alkohol, babi dan unsur lain yang dilarang. (NPURE, 2022b). Namun, meskipun telah mengantongi label halal, informasi tersebut tidak secara eksplisit ditonjolkan dalam strategi pemasaran mereka. Hal ini berbeda dengan brand-brand besar seperti Wardah atau Safi yang secara konsisten membangun citra sebagai kosmetik halal.



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

NPURE *Centella Asiatica Face Toner* telah mengalami peningkatan popularitas yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Toner NPURE di Situs Online Tahun 2022-2024
Sumber: Kompas.co.id

Gambar 1.2 menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam penjualan toner pada tahun 2022-2024 di *e-commerce* Indonesia. Toner NPURE menempati posisi keempat pada 2022, naik ke peringkat ketiga pada 2023, dan mencapai posisi teratas pada 2024. Capaian ini sejalan dengan kinerja penjualan NPURE di toko resmi Shopee, yaitu NPURE *Official Shop* yang berlokasi di Jakarta Utara, dengan total penjualan toner yang telah melampaui 10.000 unit. Kinerja ini mencerminkan strategi pemasaran yang efektif dan penerimaan positif dari konsumen terhadap produk NPURE.

Pencapaian positif dalam penjualan produk NPURE tidak terlepas dari proses pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang menunjukkan tindakan dalam membeli ataupun memanfaatkan suatu produk atau jasa tertentu (Resi Sutriani et al., 2024). Dalam konteks produk *skincare*, pertimbangan konsumen menjadi semakin kompleks seiring dengan banyaknya pilihan dan berkembangnya nilai-nilai yang diutamakan, seperti keamanan bahan, tingkat harga, keberagaman produk, kualitas produk, pelayanan, label halal, dan lainnya (Nurani et al., 2024). Memahami proses konsumen dalam mengambil keputusan pembelian memungkinkan identifikasi pengaruh berbagai faktor terhadap preferensi mereka. Oleh karena itu, keputusan pembelian menjadi cara yang tepat untuk merepresentasikan tindakan akhir dari konsumen setelah melalui proses evaluasi terhadap berbagai pertimbangan.



© 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

Produk NPURE *Centella Asiatica Face Toner* telah mencantumkan label halal pada setiap kemasannya sejak resmi tersertifikasi sebagai kosmetik halal. Produk ini disebut sebagai *skincare natural* karena diformulasikan dengan bahan-bahan alami, telah teruji secara dermatologis, bebas alkohol dan minimal *ingredients* (NPURE, 2022a). Keberadaan label halal pada kemasan toner NPURE menjadi bukti komitmen brand dalam menghadirkan produk yang sesuai dengan standar kehalalan. Label ini memberikan kepastian bagi konsumen Muslim bahwa toner NPURE bebas dari bahan yang tidak diperbolehkan dan diproduksi dengan proses yang memenuhi prinsip syariat Islam (NPURE, 2022b). Dengan adanya logo halal yang tertera di kemasan, konsumen dapat lebih mudah mengidentifikasi dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan mereka. Selain itu, pencantuman label halal juga memberikan nilai positif yang berpotensi besar dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Adianti & Ayuningrum, 2023).

Meskipun label halal berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim dan berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, kenyataannya masih banyak konsumen yang kurang memperhatikan aspek tersebut. Penelitian Lutfie, Suzanti, Omar Sharif, & Alamanda (2016) menyatakan bahwa label halal mampu memperkuat citra merek Wardah sebagai kosmetik bagi wanita Muslim, tetapi belum memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk justru menjadi pertimbangan utama bagi konsumen (Anggadwita et al., 2020). Penelitian lain juga menunjukkan adanya kesenjangan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya label halal, terutama di kalangan generasi Z, yang lebih mudah terpengaruh oleh tren dibandingkan dengan aspek kehalalan suatu produk (Fitriyani, 2021).

Sejumlah penelitian terkait label halal telah dilakukann sebelumnya oleh (Ashilah et al., 2023); (Hakim et al., 2024); Adianti & Ayuningrum (2023); Alfaini et al. (2024) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan label halal terhadap keputusan pembelian. Di sisi lain, berdasarkan penelitian Hidayat (2023); Fajriah & Susilo (2024); Gunawan & Pertiwi (2022) mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.

Hal ini didukung dalam *pra research* yang dilakukan oleh penulis, dimana responden tidak secara eksplisit menyebutkan label halal sebagai alasan utama



© 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

dalam memilih toner NPURE ketika diberikan pertanyaan terbuka. Namun, pada pertanyaan tertutup dengan opsi pilihan, sebagian besar responden mengakui bahwa keberadaan label halal menjadi salah satu alasan penting dalam keputusan pembelian. Dari 25 responden yang terlibat dalam *pra research*, sebanyak 88% mengetahui bahwa produk ini telah terdaftar di BPOM, sedangkan hanya 64% yang menyadari bahwa toner tersebut memiliki label halal. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun label halal dianggap penting, konsumen tidak selalu menyadarinya atau tidak secara langsung menyebutkannya sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi salah satu elemen penting dalam suatu produk, karena produk dengan kualitas baik memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Ulfia et al., 2021). Menurut Kotler dan Armstrong (2016), kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja atau hasil yang sesuai dengan harapan konsumen, bahkan dapat melampaui ekspektasi tersebut (Setiyadi et al., 2022). Dalam penelitian Machbubah & Fahmi (2024) dan Hidayat (2023) menyatakan jika semakin tinggi kualitas yang diberikan suatu produk, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

NPURE merupakan brand *skincare* lokal yang menghadirkan produk toner dengan bahan-bahan alami yang bermanfaat untuk melembapkan, menenangkan kulit, serta membantu mengatasi permasalahan seperti kemerahan atau iritasi. Toner ini diformulasikan tanpa alkohol dan pewangi buatan, telah teruji secara dermatologis, sehingga aman untuk semua jenis kulit, termasuk kulit sensitif. Selain itu, NPURE telah bersertifikat BPOM dan label halal, menjadi nilai tambah bagi konsumen Muslim. Stabilitas formulasi yang baik dan masa pakai produk yang relatif lama, membuat toner NPURE tetap efektif digunakan dalam jangka waktu yang wajar sesuai instruksi pemakaian. Toner ini memiliki desain kemasan yang minimalis dan elegan dengan fitur anti-tumpah, aroma yang menyenangkan serta terdapat *Centella asiatica* (daun pegagan) utuh dalam setiap kemasannya. Keunggulan kualitas ini mendukung persepsi positif konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.



© 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

Kepercayaan terhadap kualitas suatu produk akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, terutama pada produk *skincare* yang digunakan sehari-hari. Dengan begitu, konsumen merasa nyaman secara lahir dan batin saat menggunakan produk tersebut (Hidayat, 2023). Namun, meskipun kualitas produk menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian, terdapat kesenjangan dalam persepsi konsumen terkait efektivitasnya dibandingkan dengan toner dari merek lain. Hasil *pra-research* menunjukkan 92% responden membeli karena kualitas produknya. Namun, terdapat beberapa responden yang masih mempertimbangkan faktor lain seperti harga, promosi, *brand image*, dan kemudahan dalam mendapatkan produk.

Hasil penelitian Winarsih et al. (2024); Machbubah & Fahmi (2024); Hidayat (2023); Setiyadi et al. (2022); Fajriah & Susilo (2024) menyatakan adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan elemen penting yang dinilai konsumen karena mampu menciptakan kepuasan ketika konsumen menggunakan suatu produk yang berkualitas. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan Febyana et al. (2023) dan Gunawan & Pertiwi (2022) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain label halal dan kualitas produk, faktor lain yang dapat mendorong minat konsumen untuk mencari informasi tentang produk dan membuat keputusan pembelian, yaitu *Electronic Word of Mouth* (e-WOM). *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) adalah bentuk rekomendasi, *review*, dan pengalaman konsumen yang dipasarkan melalui *platform* digital seperti media sosial, *website review*, forum *online* dan aplikasi perpesanan (Fadilah Nasution et al., 2024). Menurut Yaqin (2020) e-WOM dapat berupa pernyataan positif maupun negatif mengenai suatu produk atau layanan yang dibagikan oleh konsumen kepada konsumen lain secara *online* (Yulindasari & Fikriyah, 2022). Ulasan dan rekomendasi tersebut memiliki peran besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk. Konsumen cenderung lebih percaya pada *review* dari sesama pengguna dibandingkan dengan iklan resmi perusahaan, sehingga semakin banyak ulasan positif yang beredar, semakin besar kemungkinan suatu produk dipilih (Nabila Huria Salsabila & Utami, 2024). Hal ini sejalan dengan teori Goyette yg menyatakan e-WOM memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi merek,



© 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

memengaruhi loyalitas konsumen, dan mendorong niat pembelian, terutama di era digital.

Industri kosmetik menjadi salah satu sektor yang aktif memanfaatkan strategi komunikasi e-WOM (Febyana et al., 2023). *Brand* NPURE telah memanfaatkan e-WOM sebagai media pemasaran *online* produk-produknya. Interaksi yang terjalin antara pengguna di media sosial, seperti testimoni dan ulasan dari konsumen lama terhadap produk NPURE, membentuk e-WOM yang membantu memperkuat citra produk (Khoiry & Amaliasari, 2023). e-WOM menjadi salah satu faktor penting yang membentuk persepsi positif konsumen, karena banyak ulasan di media sosial dan *e-commerce* yang membahas manfaat toner NPURE, seperti kandungan bahan alami, kemasan yang unik dengan daun *Centella asiatica* utuh, klaim aman untuk kulit sensitif, dan hasil nyata dalam melembapkan serta menenangkan kulit.

Keberadaan *review* ini tidak hanya memperkuat citra positif NPURE sebagai *skincare* lokal berkualitas, tetapi juga menjadi dasar utama konsumen dalam mempertimbangkan pembelian produk. Dalam hal ini, NPURE telah memanfaatkan E-WOM secara efektif, terbukti dari tingginya *engagement* produk mereka di TikTok Shop dan berbagai platform *e-commerce*, yang berkontribusi terhadap peningkatan popularitas dan penjualan toner (NPURE, 2022a). Selain itu, hasil *pra research* yang dilakukan penulis juga membuktikan bahwa sekitar 84% responden memutuskan untuk membeli toner NPURE karena terpengaruh oleh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM).

Dalam penelitian A. D. Pratiwi & Maskur (2023); Febyana et al. (2023); Setiyadi et al. (2022); dan Machbubah & Fahmi (2024) menyimpulkan adanya pengaruh signifikan E-WOM terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya E-WOM dapat memudahkan konsumen untuk menentukan produk mana yang ingin dibeli baik dilihat dari kualitas produk yang *direview* oleh konsumen lainnya. Di sisi lain, berdasarkan penelitian yang dilakukan Gunawan & Pertiwi (2022); Sisilia & Kowi (2024); Amin & Yanti (2021) E-WOM tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dikarenakan E-WOM bukan menjadi faktor utama pembeli ketika menentukan produk yang dibeli.

Penggunaan produk *skincare* di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung.

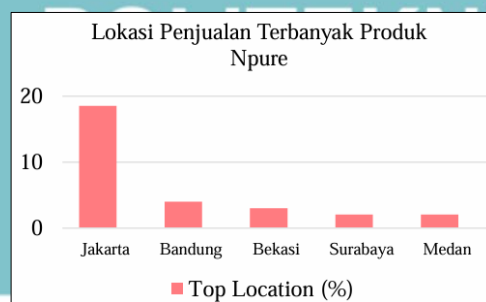


Hak Cipta :

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

Berdasarkan laporan MarketSearch (2024), kota-kota ini mendominasi pasar *skincare* nasional karena tingginya jumlah penduduk, urbanisasi, serta konsentrasi saluran distribusi dan ritel. Kota Jakarta menjadi pusat utama berbagai merek *skincare* lokal maupun internasional dan memiliki konsumen yang aktif mengikuti tren perawatan diri (Research, 2024). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta juga menunjukkan bahwa wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak mencapai lebih dari 3 juta jiwa pada tahun 2021, memiliki jumlah salon kecantikan terbanyak yang mengindikasikan tingginya konsumsi produk kecantikan (Dwi Afrilianti, 2023).

DKI Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik yang sangat relevan. Berdasarkan data Kementerian Agama, 83,3% dari total penduduk Jakarta yang berjumlah 11,14 juta jiwa memeluk agama Islam (Agus Dwi Darmawan, 2025). Hal ini menjadikan Jakarta sebagai pasar potensial bagi produk *skincare* halal. Selain itu, masyarakat Jakarta juga dikenal sebagai pengguna aktif media sosial, dengan tingkat penetrasi internet tertinggi kelima di Pulau Jawa (APJII, 2024). Akses yang luas terhadap informasi digital memungkinkan masyarakat dengan mudah mendapatkan dan membagikan ulasan produk, termasuk kosmetik dan *skincare*.



Gambar 1. 3 Lokasi Penjualan Terbanyak Produk NPURE

Sumber: Winarsih et al. (2024)

NPURE sebagai salah satu brand *skincare* yang mengusung konsep alami dan telah bersertifikat halal, menunjukkan angka penjualan tertinggi di Jakarta dibanding kota besar lain seperti Bandung, Bekasi, Surabaya, dan Medan. Meskipun data tidak merinci produk spesifik, NPURE *Centella Asiatica Face Toner* merupakan produk unggulan NPURE diyakini memberikan kontribusi signifikan terhadap penjualan tersebut (Winarsih et al., 2024).



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

Dari sisi demografi, BPS menyatakan mayoritas penduduk Jakarta berada dalam usia produktif (15–64 tahun), terutama di wilayah Jakarta Selatan, Jakarta Barat, dan Jakarta Pusat (Agus Dwi Darmawan, 2024). Data ini diperkuat oleh survei Zap Beauty Index 2023, yang melibatkan 9.010 responden di DKI Jakarta dan 14 wilayah lain. Survei tersebut menunjukkan bahwa 70% responden menggunakan produk *skincare*, termasuk toner, dengan mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia produktif. Penelitian ini memfokuskan pada responden berusia 18–50 tahun karena kelompok usia tersebut dinilai paling rasional dan relevan dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik, memiliki kesadaran tinggi terhadap kualitas dan label halal, serta daya beli yang stabil.

Meskipun popularitas produk toner NPURE meningkat, faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian di Jakarta masih belum dapat dipastikan secara empiris. Hasil pra-riset menunjukkan bahwa label halal, kualitas produk, dan e-WOM adalah tiga faktor yang paling sering dipertimbangkan. Namun, sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi keputusan pembelian belum terbukti secara statistik. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang belum konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian toner NPURE di wilayah DKI Jakarta.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Perkembangan industri kosmetik saat ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti keberadaan label halal dan *electronic word of mouth* yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa kualitas produk dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk toner NPURE. Namun, dalam konteks pasar yang semakin kompetitif dan dinamis, terutama di negara dengan mayoritas populasi Muslim seperti Indonesia, label halal menjadi aspek krusial yang belum sepenuhnya dieksplorasi dalam studi terdahulu terkait produk tersebut.

Adanya gap penelitian ini menunjukkan perlunya investigasi lebih mendalam untuk menguji sejauh mana label halal, kualitas produk, dan *electronic word of*



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

mouth berkontribusi terhadap keputusan pembelian toner NPURE. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh simultan ketiga variabel tersebut guna memberikan perspektif komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong preferensi konsumen dalam konteks produk perawatan kulit halal yang tengah berkembang pesat.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya. Dapat diajukan beberapa pertanyaan penelitian seperti berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian toner NPURE?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian toner NPURE?
3. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian toner NPURE?
4. Bagaimana pengaruh label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian toner NPURE?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan, tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian toner NPURE.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian toner NPURE.
3. Untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian toner NPURE.
4. Untuk menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian toner NPURE.



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

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis dari beberapa pihak yang berkaitan berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi dan pengembangan ilmu bagi akademisi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kecantikan yang memiliki label halal. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bukti pendukung bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam penelitian terkait produk kosmetik halal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya sesuai dengan ilmu pengetahuan yang terkait untuk dapat menjadi bahan kajian atau dasar referensi dalam penelitian berikutnya.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memperluas pemahaman dan pengalaman akademik yang berharga dalam menerapkan teori pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kemampuan analisis, interpretasi data, serta penyusunan strategi berbasis penelitian ilmiah.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan strategi pemasaran bagi perusahaan NPURE dalam meningkatkan daya saing produk, terutama dalam memahami faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan aspek label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen.

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan disusun secara sistematis dan terstruktur untuk memudahkan para pembaca dalam memahami isi dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini



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

terbagi menjadi lima bab dengan pembahasan yang saling terkait pada setiap babnya. Adapun bab-bab yang dimaksud sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan pentingnya penelitian dilakukan. Selain itu, bab ini juga mencakup rumusan masalah rumusan masalah sebagai titik fokus penelitian, pertanyaan-pertanyaan penelitian yang perlu dijawab, tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian baik dari segi praktis maupun teoritis. Di akhir bab, dijelaskan sistematika penulisan skripsi yang memberikan gambaran struktur penelitian agar pembaca dapat memahami dengan jelas.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai teori-teori dasar dan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian melalui sumber-sumber yang digunakan seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah. Bab ini juga menyertakan kerangka pemikiran yang menggambarkan konsep penelitian serta hipotesis sebagai asumsi awal sebelum hasil penelitian diperoleh.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data serta metode analisis data penelitian.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil dan pembahasan penelitian dilakukan. Dimulai dengan hasil yang berkaitan dengan objek penelitian, data yang diperoleh, dan hasil pengolahan data penelitian. Pembahasan dilakukan untuk menginterpretasikan temuan-temuan tersebut.

5. Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian.

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 V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* versi 4.0, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis pada penelitian ini diterima karena semua variabel independen, yaitu label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* (e-WOM) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian toner NPURE di DKI Jakarta, baik secara parsial maupun simultan. Kesimpulan dalam penelitian ini akan dijelaskan lebih terperinci sebagai berikut.

Label halal terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian toner NPURE. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih percaya diri saat membeli produk yang mencantumkan label halal secara jelas, karena dianggap sesuai dengan prinsip syariat Islam serta menjamin aspek keamanan dan kebersihan. Di wilayah DKI Jakarta yang mayoritas penduduknya beragama Islam, keberadaan label halal menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih produk *skincare*. Terutama hal ini disebabkan oleh adanya tulisan “Halal” pada kemasan toner NPURE yang segera memberi informasi tentang kehalalan produk tersebut. Namun, meskipun keberadaan label halal dipahami dan dianggap penting, penempatan label tersebut pada kemasan dinilai belum cukup menonjol.

Kualitas produk juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama karena konsumen menilai toner NPURE memiliki kualitas yang andal, efektif, nyaman digunakan, serta memiliki citra positif sebagai produk *skincare* lokal. Faktor-faktor ini secara keseluruhan membangun kepercayaan konsumen dan mendorong pengambilan keputusan pembelian. Temuan ini menjadi semakin relevan dengan karakteristik konsumen di wilayah DKI Jakarta yang dikenal selektif dan kritis dalam menilai kualitas, khususnya dalam memilih produk perawatan wajah di tengah persaingan ketat antara merek lokal dan internasional. Namun demikian, aspek desain kemasan yang menarik



© 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

pada toner NPURE belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian.

Electronic word of mouth (e-WOM) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan positif, testimoni pengguna, dan percakapan di media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi calon konsumen terhadap toner NPURE. Minimnya ulasan negatif serta tingginya paparan informasi positif membuat e-WOM menjadi referensi yang dipercaya. Hal ini sesuai dengan karakteristik konsumen DKI Jakarta yang aktif di media sosial dan cenderung mengandalkan opini digital sebelum membeli produk *skincare*. Adanya ulasan negatif pun tidak cukup kuat untuk menghalangi konsumen dalam memutuskan pembelian.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa label halal, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian toner NPURE di DKI Jakarta dikarenakan ketiga hal tersebut faktor yang membentuk persepsi, kepercayaan, dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk. Ketiganya saling melengkapi dalam memberikan jaminan nilai, keamanan, dan kredibilitas produk, khususnya bagi konsumen di wilayah DKI Jakarta.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait maupun bagi peneliti selanjutnya.

Pihak perusahaan NPURE, diharapkan mengevaluasi penempatan label halal agar lebih menonjol atau *eye catching* sehingga lebih cepat dikenali kehalalannya oleh konsumen pada kemasan produk, sebagai bentuk komitmen terhadap konsumen Muslim di daerah DKI Jakarta yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Desain kemasan juga perlu ditingkatkan agar lebih menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Selain itu, strategi pemasaran berbasis *electronic word of mouth* harus diperkuat dengan bekerja sama dengan *influencer* kecantikan dan penyebaran testimoni positif di media sosial, guna meningkatkan kepercayaan dan memperluas jangkauan pasar.



© 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

Bagi konsumen toner NPURE diharapkan dapat lebih cermat dan kritis dalam memilih produk *skincare* dengan mempertimbangkan kehalalan dan kualitas produk secara menyeluruh. Konsumen juga diharapkan aktif memberikan ulasan jujur dan berbagi pengalaman dalam penggunaan produk melalui media sosial karena dapat memberikan dampak positif terhadap calon konsumen lainnya dan membantu menciptakan lingkungan belanja yang lebih transparan.

Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal dalam mengembangkan penelitian dengan pendekatan dan variabel yang lebih luas. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel seperti *brand awareness*, *brand trust*, harga, atau promosi guna melihat pengaruh yang lebih komprehensif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pengembangan model dengan menambahkan variabel moderasi atau *intervening* juga dapat dipertimbangkan. Penelitian serupa juga dapat dilakukan pada merek *skincare* lainnya, baik lokal maupun internasional, serta dengan cakupan wilayah berbeda agar hasilnya lebih beragam dan generalisasi lebih kuat.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>
- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2827. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.906>
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Agus Dwi Darmawan. (2024). *Mayoritas penduduk Kota Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Jakarta Selatan*. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/7c056964f536090/mayoritas-penduduk-kota-jakarta-pusat-pada-2024-adalah-usia-produktif#:~:text=Didukung%20Oleh&text=Pada%202024%2C%20mayoritas%20penduduk%20Kota,%25%20dan%2011%2C99%25.&text=Jumlah%20penduduk%20di%20Kota%20Jakarta%20Pusat%20tercatat%201%2C07%20juta,ini%20ada%20di%20urutan%2067>
- Agus Dwi Darmawan. (2025, January 21). *Statistik Penduduk Beragama Islam di DKI Jakarta 2019-2024*. Databoks.Katadata.Co.Id. [https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/50d21a09360fba5/83-8-penduduk-di-dki-jakarta-beragama-islam#:~:text=Sementara%20untuk%20jumlah%20penduduk%20di,Katolik%20434.395%20\(3%2C9%25\)](https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/50d21a09360fba5/83-8-penduduk-di-dki-jakarta-beragama-islam#:~:text=Sementara%20untuk%20jumlah%20penduduk%20di,Katolik%20434.395%20(3%2C9%25))
- Ahmad, F. (2024). Konsep Halal Dan Thayyib Dalam Produksi Dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*, 2(4), 79.
- Alfaini, A. A., Suprapti, I., Hasan, F., Destiarni, R. P., & Rahayu, P. S. (2024). The influence of halal labeled food products in purchasing decisions. *E3S Web of Conferences*, 499. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202449901003>
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Amini, A., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami. *Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(2), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.16031>

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Anggadwita, G., Alamanda, D., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 228.
- Anurukvorakun, O., & Numnim, S. (2023). Development and Clinical Efficacy Evaluation of Facial Toner Containing Houttuynia cordata Thunb. *Cosmetics*, 10(5), 1. <https://doi.org/10.3390/cosmetics10050133>
- APJII. (2024). *Laporan APJII 2024*.
- Ashilah, K., Choiriyah, F. U., & Agustin, G. N. (2023). Pengaruh Label dan Harga Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Jember). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 157–176. <https://doi.org/10.24090/ej.v11i2.7302>
- Aspadiah, V., Ode Sitti Zubaydah, W., Muliadi, R., Anwar, I., & Jumilta. (2024). Formulasi, Evaluasi dan Uji Iritasi Sediaan Toner Niacinamide (Formulation, Evaluation and Irritation Testing of Niacinamide Toner Preparations). *Lansau: Jurnal Ilmu Kefarmasian*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.33772/lansau.v2i1.20>
- Badan Pusat Statistik. (2022, August 31). *Banyaknya Kelurahan yang memiliki Salon Kecantikan (PODES)*, 2020. Jakarta.Bps.Go.Id. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIwMiMy/banyaknya-kelurahan-yang-memiliki-salon-kecantikan--podes-.html>
- DinasStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*.
- Dwi Afrilianti. (2023, January 20). *Daerah di Ibukota Negara Ini Punya Salon Kecantikan Terbanyak, Auto Glowing*. *Jatimnetwork.Com*. https://www.jatimnetwork.com/gaya-hidup/pr-436889669/pantas-ciwi-ciwinya-cantik-cantik-daerah-di-ibukota-negara-ini-punya-salon-kecantikan-terbanyak-auto-glowing#goog_rewarded
- Ekmarinda, E. Y. (2022). Peningkatan Pemasaran Dengan Labeling dan Pencatatan AKuntansi Untuk Produk Bagi UKM Daffa. *Progress Conference*, 5(2).
- El-Farobie, F., Muharir, & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/jimesha.v1i2.94>
- Fadilah Nasution, N., Prasetya, H., & Khohar, A. (2024). Peran Electronic Word of Mouth sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(3), 2345–2355. <https://journal.stmiki.ac.id>
- Fajriah, R. A., & Susilo, E. (2024). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4435–4444. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4691>
- Febyana, S. D., Edy Herman Mulyono, L., & 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://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/article/view/199>



© 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

- Feronicha, L., & Wasino. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific Di E-Commerce Shopee. *ECo-Buss: Economics and Business*, 7(2), 992–1009. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1600>
- Fitriyani, E. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4).
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM scale: Word Of Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal, *Electronic Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sartetd, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hakim, A., Sugihantoro, H., Maulina, N., Nasichuddin, A., Setiawan, A. M., & Nicotiana, D. A. (2024). The Influence of Perception of Halal Labels and Brand Image on Cosmetic Purchasing Decisions Among Millennials. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(2), 110–119. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i2.37077>
- Hannan, A. A. (2022). The Influence of Product Quality and Consumer Satisfaction for Halsean Coffee and Resto in Cimahi City, Indonesia Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Halsean Coffee & Resto di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(3), 14–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.61242/ijabo.22.221>
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah dengan Menggunakan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Keislaman*, 6(1), 156–173. <https://doi.org/10.54298/jk.v6i1.3708>
- 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. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2). <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>
- Ika Pratiwi, R., Puspyta Sary, B., & Tri Nurviyanti, N. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dalam Pemilihan Dan Penggunaan Kosmetik Yang Aman Bagi Remaja Di Desa Setu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 175. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm>
- Junaidi. (2010). *Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0.05*. <http://junaidichaniago.wordpress.com>
- Karami, M. R. A. N., Malahayati, S., Hidayah, N., & Budi, S. (2023). FORMULASI DAN UJI STABILITAS SEDIAAN TONER ANTI



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

- JERAWAT EKSTRAK BUNGA MELATI (Jasminum sambac L.). *Jurnal Farmasi SYIFA*, 10(2), 69. <https://doi.org/https://doi.org/10.63004/jfs.v3i1.584>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024, December 21). *Ekspor Produk Halal Indonesia Tembus Rp673,90 Triliun : Potensi Dalam Perdagangan Global*. Kemendag.Go.Id. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/ekspor-produk-halal-indonesia-tembus-rp67390-triliun-potensi-dalam-perdagangan-global>
- Khasanah, E., As'ad, A., & Mustajib, A. B. (2025). Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern. *Jurnal El-Thawalib*, 6(1), 48.
- Khoiry, A. H., & Amaliasari, D. (2023). Electronic Word Of Mouth dengan Minat Beli Produk Kosmetik (Survei Produk NPURE pada Pengikut Instagram @NPUREofficial). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 139–147. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>
- Lokadata. (2017, November 8). *Kota Para Pesolek*. Lokadata.Beritagar.Id. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kota-pesolek-1510129678>
- Lubis, S. (2022). Makanan Halal dan Makanan Haram Dalam Perspektif Fiqih Islam. *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54248/alhadi.v7i2.4244>
- Luthfiyatillah, Nur Millatina, A., Hamidah Mujahidah, S., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.; 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Machbubah, S., & Fahmi, M. F. (2024). Pengaruh Halal Knowledge, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(3), 11–23. <https://doi.org/2686-620X>
- Masitoh, I. (2022). Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim, Dan Non-Muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik). *Journal Transformation of Mandalika*, 3(2), 30.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4).
- Muis. (2020). Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh. *Jurnal Adabiya*, 22(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/adabiya.v22i1.7456>
- Nabila Huria Salsabila, & Utami, K. S. (2024). Pengaruh Influencer dan Ulasan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Skincare Avoskin di Media Sosial. *Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 125–147. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1687>
- NPURE. (2022a, April 19). *Setelah Menjadi Skincare Natural Terbaik Indonesia, NPURE Kini Mendapatkan Penghargaan dari Museum Rekor Indonesia*.



© 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

- NPUREofficial.Id. <https://NPUREofficial.id/blogs/NPURE-story/penghargaan-dari-museum-rekor-indonesia>
- NPURE. (2022b, July 12). *Rawat Kulit dengan Skincare Natural Halal Ini*. https://NPUREofficial.id/blogs/NPURE-story/rawat-kulit-dengan-skincare-natural-halal-ini?utm_source=chatgpt.com
- Nurani, S., Yacoub, Y., Sofia Ardelia, A., Amalia, S., & Ekonomi dan Bisnis universitas Tanjungpura, F. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal, Keamanan Bahan, dan Harga Produk Skincare terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada Mahasiswa Muslim Universitas Tanjungpura Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 12(04), 365–377. <https://doi.org/10.26418/ejme.v12i3.84510>
- Pingki, E., & Ekasasi, , Sri Rejeki. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 118.
- populix. (2025, May 16). *Millennials & Gen Z Report: Local vs. Global Skincare Trends and Market Shifts*. <https://info.populix.co/articles/tren-skincare-gen-z-dan-milenial/>
- Pramana, M. A., Ismail, N., & Al-Ayubi, S. (2024). Label Halal dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Kasus Gen Z di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2).
- Pratiwi, A. D., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Dan Electronic-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Skincare Brand NPURE Di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7746–7736. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pratiwi, N., Parakkasi, I., & Darussalam, A. Z. (2022). Pengaruh Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Pembelian Produk Mi Samyang (Studi Kasus Di Kabupaten Ujung Bulu Kabupaten Bulukuma). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 06(02), 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.6350>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(PLS-SEM)* (Wijonarko, Ed.; 1st ed.). CV Lentera Ilmu Madani.
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 67.
- Rantung, F. M., Goni, S. Y. V. I., & Moku, B. J. (2022). Peranan Perempuan Dalam Penjualan Kosmetik Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Pakuure Satu Kecamatan Tenga Kabupaten Minahasa Selatan Oleh. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2.
- Research, K. (2024, December). *Indonesia Skin Care Products Market Outlook to 2028*. Market Research. <https://www.marketresearch.com/Ken-Research-v3771/Indonesia-Skin-Care-Products-Outlook-40721407/>
- Resi Sutriani, Agustina Mutia, & Neneng Sudharyati. (2024). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Wanita Muslimah Generasi Z Di Kota Jambi.



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

- Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 145–160.
<https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i2.1049>
- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, E-Wom, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi: Konsumen Kopi Kenangan Di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 11(1), 1243.
- Rumnah, Hamidah, & Marsiah. (2022). Makanan dan Minuman Yang Baik dan Halal Menurut Islam. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(3), 227.
- Saputri, A. D., & Guritno, A. (2021). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business*, 1, 359–374.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.36>
- Sasongko, E. N., Mustafid, & Rusgiyono, A. (2016). Penerapan Metode Structural Equation Modeling Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website (Studi Kasus Pada Website sia.undip.ac.id). *JURNAL GAUSSIAN*, 5(3), 397. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/gaussian>
- Septiduta Surya Negara, R., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). The Effect of Innovation Product and Halal Labelization on Buying Repurchase Special Food in Blitar City. *Business and Finance Journal*, 6(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.33086/bfj.v6i2.2126>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4* (I. P. H. H. D. Duari, Ed.). Borneo Novelty Publishing.
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. rahman, & Rachmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-Wom, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 126–136.
<http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian* (1st ed.). Tahta Media Group.
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Ikram, M. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Statistisi Pemula* (I. Marzuki, Ed.; 1st ed.). Minhaj Pustaka.
<https://www.researchgate.net/publication/384695683>
- Sisilia, A., & Kowi, H. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pebelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jpro.v5i1.2161>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Syauki, W. R., Ayu, D., & Avina, A. (2020). Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 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

- Tieman, M. (2019). Branding Halal: A Delicate Balance. *ICR Journal*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.52282/icr.v10i2.48>
- Ulfia, L., Maghfiroh, M., & Indrarini, R. (2021). Halal Label and Product Quality: Case Study Wardah Cosmetic Product Purchase Decision. *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 43. <http://ejournal.iainkendari.ac.id/lifalah>
- UU Nomor 33 Tahun 2014. (n.d.).
- Winarsih, S., Yuliati, N., & Nisa Hafi Idhoh, F. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE di Kota Surabaya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2572–2582. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/ma.v10i2.14277>
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55–69. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>

**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Poster Penyebaran Kuesioner





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 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Indira Fitria, mahasiswi tingkat akhir Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan. Penelitian ini berjudul: “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Toner NPURE (Studi Kasus Pada Konsumen Toner NPURE Di DKI Jakarta)”.

Adapun kriteria responden penelitian ini:

1. Pernah membeli atau menggunakan toner NPURE
2. Muslim (Laki-laki dan Perempuan)
3. Berusia 18-50 tahun
4. Bertempat tinggal atau berdomisili di DKI Jakarta

Waktu pengisian diperkirakan sekitar 5–7 menit.

Mohon kesediaannya untuk mengisi setiap pertanyaan dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman pribadi. Seluruh data dan informasi yang ada pada kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Atas perhatian dan partisipasi anda, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga saudara/i selalu diberikan kesehatan dan kelancaran dalam setiap urusan. Aamiin

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Indira Fitria

indira.fitria.ak21@mhsw.pnj.ac.id

a. Tahap Screening

1. Apakah anda pernah membeli atau menggunakan toner NPURE?
 - Ya



© 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

- Tidak (Jika memilih ini, maaf Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner ini)

2. Apakah anda beragama Islam?

- Ya
- Tidak (Jika memilih ini, maaf Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner ini)

3. Apakah anda berdomisili di wilayah DKI Jakarta?

- Ya
- Tidak (Jika memilih ini, maaf Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner ini)

4. Apakah anda berusia 18 sampai 50 tahun?

- Ya
- Tidak (Jika memilih ini, maaf Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner ini)

b. Informasi Responden

1. Nama Lengkap

2. Jenis Kelamin

- Laki – laki
- Perempuan

3. Usia

- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- 46-50 tahun

4. Domisili

- Jakarta Pusat
- Jakarta Utara
- Jakarta Selatan
- Jakarta Barat
- Jakarta Timur
- Kepulauan Seribu

**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

5. Pendidikan Terakhir

- SMA/SMK/Sederajat
- Diploma (D1/D2/D3)
- Sarjana (D4/S1/S2/S3)

6. Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan/Pegawai
- Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga

7. Pemasukan/Pendapatan Per bulan

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
- Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000
- > Rp 5.000.000

8. Pengeluaran Per Bulan Untuk Belanja *Skincare* Toner Merek NPURE

- < Rp 100.000
- Rp 100.000 - Rp 200.000
- > Rp 200.000

c. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner ini terdapat 4 bagian yaitu Label Halal, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan Keputusan Pembelian. Tidak ada jawaban benar atau salah, pilihlah jawaban yang sesuai dengan kondisi dan pendapat anda.

Skala Penelitian

Kuesioner ini menggunakan skala likert yang terdiri dari poin 1-4

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Setuju (S)
- 4 = Sangat Setuju (SS)



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Pertanyaan Kuesioner

I. Label Halal (X1)

No	Pernyataan	Skala Likert			
		1	2	3	4
1	Saya mengetahui logo label halal resmi yang terdapat pada produk toner NPURE				
2	Saya mengerti bahwa tulisan “Halal” pada kemasan toner NPURE memberi informasi tentang kehalalan produk.				
3	Saya mengetahui bahwa label halal pada kemasan toner NPURE terdiri dari gabungan logo halal dan tulisan “Halal”.				
4	Saya dapat membedakan produk halal dan non halal berdasarkan identitas kehalalan (logo, tulisan dan nomor id) pada kemasan produk toner NPURE.				
5	Saya menyadari bahwa letak label halal pada kemasan toner NPURE mudah ditemukan.				

II. Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Skala Likert			
		1	2	3	4
1	Saya merasa produk toner NPURE efektif dalam memberikan manfaat utama sebagai produk perawatan kulit wajah.				
2	Saya merasa produk toner NPURE mampu membersihkan wajah dari sisa kotoran.				
3	Saya merasa kandungan bahan alami pada produk toner NPURE memberikan nilai tambah dibanding produk lain.				
4	Saya merasa aman menggunakan toner NPURE secara rutin tanpa efek samping.				
5	Saya merasa produk toner NPURE memberikan hasil yang konsisten setiap kali digunakan.				
6	Saya merasa produk toner NPURE memberikan hasil yang sesuai dengan klaim manfaat yang tertera pada kemasan atau informasi produk.				
7	Saya merasa pelayanan yang disediakan brand NPURE responsif terhadap keluhan konsumen.				
8	Saya merasa desain kemasan toner NPURE memiliki tampilan yang menarik.				
9	Saya merasa produk toner NPURE memiliki citra merek yang baik sebagai <i>skincare</i> lokal.				
10	Saya merasa perusahaan toner NPURE membangun reputasi baik melalui tanggung jawabnya terhadap keamanan produk.				

III. Electronic Word of Mouth (X3)

No	Pertanyaan	Skala Likert			
		1	2	3	4
1	Saya menemukan banyak review atau ulasan produk toner NPURE di media sosial.				
2	Saya mendapatkan ulasan positif dari media sosial mengenai produk toner NPURE.				
3	Saya mendapatkan ulasan negatif dari media sosial mengenai produk toner NPURE.				



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	Saya mengetahui informasi mengenai produk toner NPURE secara lebih detail dari media sosial.				
---	--	--	--	--	--

IV. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	Skala Likert			
		1	2	3	4
1	Saya sadar pentingnya memastikan produk toner NPURE memiliki label halal sebelum membeli.				
2	Saya merasa toner NPURE memiliki kualitas yang saya butuhkan untuk perawatan kulit.				
3	Sebelum membeli, saya mencari informasi tentang kehalalan produk toner NPURE melalui website resmi BPJPH.				
4	Sebelum membeli, saya selalu mencari informasi untuk memastikan produk toner NPURE memiliki kualitas yang baik.				
5	Sebelum membeli, saya sering mencari informasi melalui ulasan atau review konsumen lain di media sosial.				
6	Saya memilih produk toner NPURE karena telah memiliki sertifikat dan label halal dibanding toner merek lain.				
7	Sebelum membeli, saya membandingkan <i>kualitas produk toner NPURE</i> dengan toner merek lain.				
8	Sebelum membeli, saya membandingkan <i>rating/review produk toner NPURE</i> dengan produk sejenis di media sosial.				
9	Saya membeli produk toner NPURE karena sudah tersertifikasi dan berlabel halal resmi.				
10	Saya membeli produk toner NPURE setelah menilai bahwa kualitasnya sesuai dengan yang saya butuhkan.				
11	Saya membeli toner NPURE setelah mempertimbangkan rekomendasi positif pengguna lain di media sosial.				
12	Kepuasan saya terhadap toner NPURE meningkat karena jaminan halal yang diberikan.				
13	Saya akan membeli kembali produk toner NPURE karena konsistensi kualitas yang dihasilkan.				
14	Saya akan merekomendasikan produk toner NPURE kepada orang lain karena puas dengan hasilnya.				

Lampiran 3 Jawaban Kuesioner

No	Label Halal (X1)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	4	3	3	3	4
2	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	3	3	4	3	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	3	4	3
8	3	4	4	4	3
9	3	3	4	4	3
10	4	4	4	4	3
11	3	4	3	3	2
12	3	3	4	4	3
13	4	3	4	4	3
14	4	4	2	4	4
15	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

16	3	4	4	3	3
17	3	4	4	4	4
18	3	3	3	3	4
19	2	3	3	4	4
20	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4
24	3	4	4	4	3
25	3	4	3	3	3
26	4	4	3	3	3
27	3	4	4	4	4
28	4	4	3	3	4
29	3	3	3	4	3
30	3	4	3	3	4
31	4	3	4	4	3
32	2	4	2	3	4
33	3	4	4	3	3
34	4	2	1	3	4
35	4	3	3	4	4
36	3	3	4	3	3
37	3	4	4	3	3
38	3	4	4	3	4
39	4	4	3	4	3
40	3	4	4	3	3
41	3	3	4	3	2
42	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4
44	3	4	4	3	4
45	4	4	4	4	4
46	1	3	3	4	2
47	3	3	3	3	3
48	3	4	4	3	4
49	4	4	4	4	3
50	4	4	4	4	3
51	3	3	3	4	3
52	3	4	2	3	4
53	3	4	3	4	3
54	3	4	4	3	4
55	4	4	3	4	3
56	4	4	3	3	4
57	4	4	4	4	4
58	3	4	3	4	3
59	4	4	3	3	3
60	3	4	4	3	4
61	3	3	3	2	3
62	4	4	3	4	3
63	4	3	4	4	3
64	3	3	3	4	4
65	3	3	3	3	4
66	3	4	3	3	4
67	3	4	4	3	4
68	4	3	2	1	3
69	4	4	4	4	4
70	3	3	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

71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	3	3
74	4	4	4	4	4
75	4	3	4	2	4
76	4	4	3	4	2
77	3	3	4	2	3
78	4	3	4	3	3
79	3	4	4	3	2
80	3	4	3	3	3
81	4	4	4	4	4
82	3	3	4	4	4
83	3	3	3	4	4
84	2	3	3	3	3
85	4	4	3	4	4
86	2	3	2	3	2
87	3	3	4	4	4
88	4	4	3	3	3
89	3	3	3	3	3
90	4	4	4	4	4
91	2	2	2	2	1
92	3	2	2	2	2
93	4	4	4	4	4
94	3	3	2	2	1
95	4	4	4	4	4
96	3	3	2	1	1
97	4	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	2	2	2	2	2
101	4	4	4	4	4
102	3	3	3	3	3
103	3	2	2	2	1
104	3	4	3	3	3
105	4	3	3	4	4
106	3	3	3	3	3
107	4	4	3	3	4
108	2	3	3	2	3
109	1	2	2	2	1
110	3	3	3	4	4
111	2	2	2	2	2
112	4	4	4	4	4
113	1	2	2	1	1
114	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4

No	Kualitas Produk (X2)									
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
6	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
7	3	4	4	4	3	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

8	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3
9	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3
10	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
11	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
12	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
13	1	4	1	2	2	4	4	4	4	4
14	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
15	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
17	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
18	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
19	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4
20	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
21	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
22	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
23	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
24	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
25	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
26	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4
27	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
28	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
29	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
30	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
31	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4
32	2	3	1	4	3	2	4	3	4	2
33	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
34	3	4	2	1	4	2	3	1	4	4
35	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3
36	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4
37	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
38	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
39	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
40	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
41	3	2	2	4	3	4	3	1	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
44	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
45	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
46	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
49	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
52	3	2	3	2	1	4	3	3	3	4
53	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
54	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
55	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
56	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3
57	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
58	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
61	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
62	4	3	3	3	3	4	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

63	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
64	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
65	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
66	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
67	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
68	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3
71	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
75	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4
76	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4
77	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3
78	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4
79	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1
82	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
83	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3
84	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
85	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
86	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
87	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
88	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2
92	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
94	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
97	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
98	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2
101	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
102	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
103	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
106	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
107	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
108	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
109	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3
112	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
113	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	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

No	Electronic Word of Mouth (X3)			
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	4	4	3	3
2	4	3	2	3
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
5	3	4	4	4
6	3	3	2	3
7	4	4	3	3
8	3	3	3	4
9	3	3	4	3
10	4	4	3	3
11	4	3	2	3
12	4	3	3	4
13	4	1	4	4
14	4	1	4	4
15	4	4	2	4
16	4	4	2	3
17	3	4	4	4
18	3	4	1	3
19	4	4	4	3
20	3	4	3	4
21	4	3	3	3
22	4	3	2	3
23	4	4	3	4
24	4	4	2	3
25	3	4	3	3
26	4	3	2	3
27	3	3	2	3
28	3	3	2	3
29	4	4	3	3
30	4	3	4	3
31	4	4	3	4
32	4	3	4	2
33	3	3	3	4
34	1	2	1	4
35	4	3	3	4
36	3	3	2	3
37	4	4	2	3
38	4	3	3	4
39	3	3	2	4
40	3	3	3	3
41	3	4	3	3
42	4	4	4	4
43	3	3	3	3
44	4	4	2	4
45	3	3	1	3
46	4	4	2	4
47	3	3	3	3
48	3	3	1	4
49	4	3	3	4
50	4	4	2	4
51	4	4	4	4
52	2	3	4	3
53	4	4	2	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

54	4	3	3	4
55	2	3	2	2
56	3	3	2	3
57	3	4	2	4
58	4	4	2	3
59	3	3	2	4
60	3	4	3	4
61	4	4	2	4
62	4	3	2	3
63	4	3	2	3
64	4	3	2	3
65	4	4	1	3
66	3	4	2	4
67	3	4	2	3
68	3	4	2	4
69	3	3	1	3
70	4	4	3	4
71	3	3	2	3
72	4	4	1	4
73	3	3	2	3
74	4	4	1	4
75	4	3	4	4
76	4	3	4	3
77	3	4	4	2
78	3	4	4	4
79	3	3	3	3
80	3	3	3	3
81	3	2	1	2
82	3	3	2	3
83	3	3	3	3
84	3	4	2	4
85	4	3	3	3
86	3	3	3	1
87	3	4	3	3
88	3	3	1	3
89	3	3	3	3
90	4	4	3	4
91	2	2	1	2
92	2	2	1	2
93	4	4	4	3
94	2	2	1	1
95	4	4	4	4
96	3	1	1	2
97	2	2	1	2
98	4	4	4	4
99	4	4	4	4
100	3	3	1	1
101	4	4	4	4
102	3	3	2	2
103	2	2	1	2
104	3	2	1	1
105	4	4	4	4
106	2	2	1	1
107	4	4	4	4
108	3	3	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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

109	2	2	1	2
110	3	3	3	3
111	3	2	1	2
112	4	4	4	4
113	2	1	1	2
114	4	4	4	4
115	4	4	4	4

No	Keputusan Pembelian (Y)														
	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y. 0	Y. 1	Y. 1	Y. 1	Y. 1	Y. 1
1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
8	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
9	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3
10	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
11	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
12	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4
14	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	4	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
19	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
21	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
22	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
25	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
26	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
27	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
28	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
30	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
31	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
32	4	3	4	2	1	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3
33	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
34	2	4	3	4	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4
35	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
36	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
37	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
38	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3
39	4	3	2	3	3	4	2	2	4	3	4	4	3	3	3
40	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	2
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	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

45	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
46	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
47	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
48	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
52	3	3	1	3	4	2	3	4	4	3	2	3	3	4
53	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
54	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
55	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
56	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
58	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
59	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4
61	3	3	1	4	4	1	4	3	2	3	3	2	3	3
62	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
63	3	4	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3
64	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
65	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
66	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
67	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3
68	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	2	2	4	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
75	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
76	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2
77	3	3	2	3	4	3	2	1	2	2	3	4	3	2
78	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2
79	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
80	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
82	4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
85	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
86	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
87	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3
88	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1
92	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
94	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	2	3	1	2
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2
97	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	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

10 0	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1
10 1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
10 2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
10 3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3
10 4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10 5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
10 6	2	2	1	1	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3
10 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
10 8	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
10 9	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2
11 0	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
11 1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3
11 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11 3	3	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2
11 4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
11 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4 Hasil Analisis Outer Model

Hasil Outer Loading

	Label Halal	Kualitas Produk	Electronic Word of Mouth	Keputusan Pembelian	Keterangan
X1.1	0.721				Valid
X1.2	0.784				Valid
X1.3	0.762				Valid
X1.4	0.816				Valid
X1.5	0.792				Valid
X2.1		0.757			Valid
X2.2		0.731			Valid
X2.3		0.722			Valid
X2.4		0.748			Valid
X2.5		0.722			Valid
X2.6		0.720			Valid
X2.7		0.730			Valid
X2.8		0.794			Valid
X2.9		0.739			Valid
X2.10		0.737			Valid
X3.1			0.793		Valid
X3.2			0.773		Valid
X3.3			0.706		Valid



© 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

X3.4	0.830	Valid
Y.1	0.766	Valid
Y.2	0.717	Valid
Y.3	0.723	Valid
Y.4	0.744	Valid
Y.5	0.715	Valid
Y.6	0.720	Valid
Y.7	0.725	Valid
Y.8	0.741	Valid
Y.9	0.807	Valid
Y.10	0.759	Valid
Y.11	0.710	Valid
Y.12	0.719	Valid
Y.13	0.730	Valid
Y.14	0.744	Valid

Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Label Halal	0,602	Valid
Kualitas Produk	0,548	Valid
Electronic Word of Mouth	0,603	Valid
Keputusan Pembelian	0,544	Valid

Hasil Cross Loading

	Label Halal	Kualitas Produk	Electronic Word of Mouth	Keputusan Pembelian
X1.1	0,721	0,579	0,383	0,522
X1.2	0,784	0,634	0,458	0,632
X1.3	0,762	0,636	0,569	0,618
X1.4	0,816	0,671	0,540	0,731
X1.5	0,792	0,674	0,549	0,687
X2.1	0,543	0,757	0,508	0,587
X2.2	0,558	0,731	0,555	0,633
X2.3	0,682	0,722	0,554	0,660
X2.4	0,638	0,748	0,598	0,638
X2.5	0,535	0,722	0,500	0,609
X2.6	0,603	0,720	0,525	0,617
X2.7	0,611	0,730	0,557	0,657
X2.8	0,731	0,794	0,614	0,684
X2.9	0,629	0,739	0,537	0,654
X2.10	0,559	0,737	0,583	0,649
X3.1	0,530	0,587	0,793	0,608
X3.2	0,483	0,579	0,773	0,563
X3.3	0,414	0,466	0,706	0,487
X3.4	0,570	0,668	0,830	0,726
Y.1	0,653	0,628	0,554	0,766
Y.2	0,573	0,670	0,598	0,717
Y.3	0,595	0,580	0,566	0,723
Y.4	0,623	0,645	0,583	0,744
Y.5	0,634	0,652	0,622	0,715
Y.6	0,649	0,634	0,579	0,720
Y.7	0,496	0,593	0,529	0,725
Y.8	0,567	0,636	0,624	0,741



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Y.9	0,725	0,671	0,613	0,807
Y.10	0,615	0,631	0,607	0,759
Y.11	0,592	0,634	0,568	0,710
Y.12	0,614	0,592	0,487	0,719
Y.13	0,596	0,683	0,588	0,730
Y.14	0,602	0,658	0,500	0,744

Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Label Halal	0,835	0,883	Reliabel
Kualitas Produk	0,908	0,924	Reliabel
<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,782	0,859	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,935	0,943	Reliabel

Lampiran 5 Hasil Analisis Inner Model

Hasil Uji R-Square

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>	Kategori
Keputusan Pembelian	0.822	0.817	Kuat

Hasil Uji F-Square

Variabel	<i>F-square</i>	Keterangan
Label Halal → Keputusan Pembelian	0,202	Berpengaruh Sedang
Kualitas Produk → Keputusan Pembelian	0,196	Berpengaruh kecil
<i>Electronic Word of Mouth</i> → Keputusan Pembelian	0,185	Berpengaruh kecil

Hasil Uji Q-Square

Variabel	<i>Q-Square</i>	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,799	Baik

Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Label Halal → Keputusan Pembelian	0.337	0.338	0.077	4.369	0.000	Diterima
Kualitas Produk → Keputusan Pembelian	0.381	0.378	0.096	3.967	0.000	Diterima
<i>Electronic Word of Mouth</i> → Keputusan Pembelian	0.275	0.281	0.082	3.359	0.001	Diterima

Lampiran 6 Hasil Analisis Uji Hipotesis Simultan

Hasil Uji Hipotesis Simultan

F Hitung	F Tabel	Keterangan
172,33	2,69	Diterima