



© 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

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH LABEL HALAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE PADA KONSUMEN NON-MUSLIM DI INDONESIA**



Disusun oleh:
Ririn Septiani/2204411012

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



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, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE PADA KONSUMEN NON-MUSLIM DI INDONESIA**



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

Disusun oleh:
Ririn Septiani/2204411012

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



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 menyatakan bahwa yang tertulis dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Ririn Septiani

NIM : 2204411012

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Depok, 25 Juni 2026



Ririn Septiani

NIM. 2204411012

**POLITEKNI
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ririn Septiani
NIM : 2204411012
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Konsumen non-Muslim di Indonesia.

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : 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 : 25 Juni 2026



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ririn Septiani

NIM : 2204411012

Jurusan/Program studi: Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Konsumen non-Muslim di Indonesia.

Disetujui oleh Pembimbing

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

NIP. 196206081991032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui oleh

Kepala Program Studi

Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si.

NIP. 197902232014041001



Hak Cipta :

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Konsumen Non-Muslim di Indonesia” dengan baik dan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan, penulis memperoleh banyak dukungan, motivasi, serta bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ratna Sari dan Bapak Asep Saepuloh selaku orang tua serta Megawati Agustini dan Yoga Rosadi selaku kakak. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti, baik moral maupun material.
2. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., SAS., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Bapak Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah.
5. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Muhammad Fadhil Zarfan, terima kasih telah menemani penulis di kala suka maupun duka, serta senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan berbagai



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

pelajaran yang turut membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih kuat selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Aliyyah Yasmin, Salsabilla Julia Putri dan Try Lesmana, terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir. Terima kasih telah menjadi tempat keluh kesah dan saling menguatkan dalam proses ini.
9. Seluruh pihak yang telah berperan serta membantu proses penyusunan skripsi ini hingga selesai, yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa terima kasih penulis.

Depok, 25 Juni 2026

Ririn Septiani

NIM. 2204411012

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama Penyusun : Ririn Septiani
NIM : 2204411012
Program studi : 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, *Electronic Word of Mouth* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Konsumen non-Muslim di Indonesia”

Dengan hak bebas royalti dan eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengfotmatkan, 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 : 25 Juni 2025

Yang menyatakan

Ririn Septiani



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

Ririn Septiani

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Konsumen non-Muslim di Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, *electronic word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Jabodetabek. Latar belakang pada penelitian ini didasari meningkatnya penggunaan skincare halal dan maraknya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 115 responden non-Muslim yang pernah membeli dan menggunakan skincare di wilayah Jabodetabek. Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal, *electronic word of mouth* dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berperan sebagai jaminan keamanan skincare, E-WoM menjadi informasi dalam membentuk pandangan konsumen terhadap skincare, serta harga menjadi pertimbangan terkuat dalam pertimbangan membeli skincare.

Kata Kunci: label halal, *electronic word of mouth*, harga, keputusan pembelian, skincare, non-Muslim.



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

Ririn Septiani

Shariah Finance and Banking Study Program

The Influence of Halal Label, Electronic Word of Mouth, and Price on Skincare Purchasing Decisions of Non-Muslim Consumers in Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal labels, electronic word of mouth, and price on skincare purchasing decisions among non-Muslim consumers in the Jabodetabek area in Indonesia. The background of this study is based on the increasing use of halal skincare products and the widespread use of social media as a source of consumer information. This study employed a quantitative approach by distributing questionnaires to 115 non-Muslim respondents who had purchased and used skincare products. The data analysis technique used was Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate that halal labels, electronic word of mouth, and price have a positive and significant effect on purchasing decisions both partially and simultaneously. The findings also show that halal labels serve as a guarantee of skincare safety, E-WoM acts as a source of information in shaping consumer perceptions of skincare products, and price becomes the strongest factor in skincare buying decision.

Keywords: *halal label, electronic word of mouth, price, purchasing decision, skin care, non-Muslims.*



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 ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR 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	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Label halal	11
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM)	12
2.1.3 Harga	13
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Skincare	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis	21



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 III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Objek Penelitian.....	24
3.3 Metode Pengambilan Sample.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	27
3.6 Definisi Oprasioal Variabel	27
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	31
3.7.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	33
3.7.3 Uji Hipotesis Simultan	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Desain Penelitian.....	37
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	37
4.1.2 Gambaran Umum Responden	39
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
4.2.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
4.2.3 Uji Hipotesis Simultan	50
4.3 Pembahasan.....	51
4.3.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare	51
4.3.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Skincare	52
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare	54
4.3.4 Pengaruh Label Halal, <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare	55
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	65



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	16
Tabel 3. 1 Skala Likert	27
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional Variabel	28
Tabel 4 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test	37
Table 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	38
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Table 4. 6 Nilai Outer Loading	43
Tabel 4. 7 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	44
Table 4. 8 Nilai Cross Loading	44
Tabel 4. 9 Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability	46
Table 4. 10 Nilai R Square (R^2)	46
Tabel 4. 11 Nilai F Square (F^2)	47
Table 4. 12 Nilai Q Square (Q^2)	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	50

**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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat dalam Global Islamic Economy Indicator (GIEI).....	3
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4 1 Model Pengukuran Output PLS Algorithm.....	42
Gambar 4 2 Model Pengukuran Output PLS Bootstrapping.....	48





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 Koesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner.....	68
Lampiran 3 Analisis Outer Model.....	80
Lampiran 4 Analisis Inner Model	82





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 I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kecantikan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, terutama pada sektor perawatan kulit kemajuan yang sangat pesat, khususnya dalam kategori produk perawatan kulit. Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia memperlihatkan penjualan produk kosmetik dan skincare terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut didukung oleh semakin luasnya penggunaan *e-commerce* yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh produk skincare. Tercatat pada tahun 2018 hingga 2022, produk skincare dan kosmetik konsisten berada dalam tiga teratas dengan penjualan tertinggi pada *platform marketplace*, dengan volume transaksi sebesar 145,44 juta (Hassanah, 2024). Tingginya pertumbuhan industri tersebut tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pemeliharaan kulit.

Skincare merupakan perawatan yang dimanfaatkan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kulit, khusus untuk kulit wajah. Penggunaan skincare memiliki peran penting dalam membantu memenuhi kebutuhan nutrisi kulit serta menjaga kondisi kulit agar tetap sehat. Upaya mempercantik diri tidak hanya dilakukan melalui penggunaan makeup, tetapi juga dengan menjaga kondisi kulit agar tetap sehat dan mencegah munculnya berbagai masalah kulit yang di alami, terutama oleh perempuan (Windarti et al., 2022). Perawatan kulit dan wajah kini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini tidak hanya diminati perempuan, namun semakin diminati juga oleh laki-laki seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga penampilan, khususnya pada area wajah (Fawwaz El-Farobie et al., 2021). Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan kulit, aspek keamanan dan kehalalan produk juga menjadi perhatian penting, khususnya di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim, dimana Indonesia termasuk di dalamnya.

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

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Keadaan ini menciptakan peluang yang besar bagi perkembangan industri halal serta mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap produk halal secara global. Bagi masyarakat Muslim, penggunaan produk halal merupakan kewajiban yang harus dipenuhi. Dalam konteks produk halal, konsep halal tidak dapat dipisahkan dari prinsip *thayyib*. Halal berkaitan dengan ketentuan ketuntutan memenuhi syariat sehingga diperbolehkan untuk digunakan atau dikonsumsi, sedangkan *thayyib* menggambarkan kualitas produk yang baik, termasuk kebersihan dan keamanan produk, serta manfaat bagi kesehatan. Oleh karena itu penerapan prinsip *thayyib* dalam produk halal menuntut produsen untuk menghasilkan memproduksi produk yang aman, berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen (Nurjannah et al., 2022). Dengan demikian, produk halal tidak terbatas pada ranah keagamaan saja, namun berkaitan juga dengan kualitas dan keamanan produk.

Selain itu, kebutuhan Masyarakat terhadap produk halal saat ini tidak hanya berkisar pada produk pangan, melainkan turut mencakup produk non-makanan, seperti kosmetik. Perkembangan kosmetik halal menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini tercermin dari terus bertambahnya produk baru yang memperoleh label halal, serta produk yang sebelumnya belum memiliki label halal namun kini mulai mencantumkan label halal pada kemasan produknya (Fathurrahman, 2021). Kosmetik halal dianggap sebagai bentuk inovasi sekaligus perkembangan dalam industri kosmetik karena menghadirkan produk berkualitas yang di produksi sesuai dengan prinsip dan ketentuan halal (Khan et al., 2021).

Laporan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) 2024/2025 Indonesia berhasil menempatkan dirinya pada posisi ketiga secara global dalam pemeringkatan Global Islamic Economy Indicator (GIEI) dengan meraih skor yang mencapai angka 99,9. Perolehan posisi tersebut menjadi indikasi kuat bahwa Indonesia berada dalam kategori negara yang memiliki perkembangan industri halal yang cukup kuat di tingkat global. Pada sektor halal obat-obatan dan kosmetik (*pharmaceuticals and cosmetics*), Indonesia memperoleh skor 85,8 yang mengindikasikan bahwa industri farmasi dan

kosmetik halal memiliki potensi serta daya saing yang baik. Data tersebut menunjukkan bahwa kosmetik halal bukan lagi sekadar tren, tetapi telah menjadi bagian dari sistem industri yang terus berkembang dan mendapatkan perhatian luas. Hal ini juga memperlihatkan bahwa label halal semakin sering digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, termasuk dalam industri skincare yang dipaparkan pada Gambar 1.1.

		GIEI	HALAL FOOD	ISLAMIC FINANCE	MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL	MODEST FASHION	HALAL PHARMACEUTICALS & COSMETICS	MEDIA AND RECREATION
1	Malaysia	165.1	117.0	282.6	136.8	76.7	136.1	102.4
2	Saudi Arabia	100.9	59.8	201.6	91.1	32.0	52.6	49.2
3	Indonesia	99.9	78.8	135.9	102.4	106.8	85.8	59.5
4	United Arab Emirates	95.8	84.1	141.9	89.3	50.9	73.1	66.3
5	Bahrain	81.9	59.6	145.4	66.5	30.3	43.6	64.0
6	Jordan	71.4	65.0	121.0	63.3	22.5	43.3	27.4
7	Kuwait	67.0	47.7	139.3	28.5	19.3	33.7	27.4
8	Pakistan	64.1	59.6	115.2	37.6	35.3	28.0	15.4
9	Türkiye	64.0	62.2	66.6	88.5	63.6	55.5	45.7
10	Qatar	60.4	49.2	91.6	48.8	25.1	35.5	72.2
11	Oman	58.0	55.5	95.1	35.7	22.3	34.1	36.4
12	Singapore	57.0	89.8	20.9	55.3	54.1	68.7	60.0
13	Iran	52.3	44.7	92.7	38.4	13.9	32.7	25.4
14	United Kingdom	47.6	63.2	23.2	36.0	52.8	52.1	75.6
15	Bangladesh	45.9	35.6	77.9	34.8	43.6	26.3	14.0

Sumber: State of the Global Islamic Report 2024/2025

Meskipun umat Muslim secara tradisional berpegang pada kriteria halal ketika membeli barang dan jasa, konsumsi produk halal telah semakin populer di kalangan non-Muslim dalam beberapa tahun terakhir karena manfaat yang dirasakan dari produk tersebut (Ibeabuchi et al., 2024). Menurut Septiarini et al., (2022) Konsumsi kosmetik halal menarik banyak konsumen non-Muslim karena keamanan, kenyamanan, dan kebersihan bahan-bahan produknya. Bagi konsumen non-Muslim keberadaan label halal pada produk memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi standar kualitas

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

dan keamanan yang ketat (Saleh, 2024). Sejalan dengan penelitian tersebut, kondisi di Indonesia juga menunjukkan bahwa produk skincare berlabel halal tidak hanya menjadi pilihan konsumen Muslim, melainkan juga telah menarik minat kalangan konsumen non-Muslim, walaupun belum tersedia data publik yang membedakan pengguna skincare berlabel halal berdasarkan agama. Islam merupakan agama yang dianut sebagian besar penduduk Indonesia, maka proporsi penduduk Muslim sangat dominan sehingga memiliki perkembangan industri halal yang kuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk skincare berlabel halal telah tersebar luas di pasaran dan tidak terbatas pada konsumen Muslim saja, namun turut dikonsumsi oleh kalangan non-Muslim. Fenomena ini memperlihatkan label halal tidak sekedar berperan menjadi simbol religius, namun juga menjadi pertimbangan kualitas dan keamanan bagi konsumen secara umum.

Selain faktor kehalalan dan keamanan produk, perkembangan teknologi juga turut memberikan dampak terhadap cara konsumen bersikap dalam industri kosmetik. Dengan kemajuan teknologi internet, pesaing di industri kosmetik semakin meningkat. Saat ini berbagai platform digital banyak digunakan oleh penjual untuk memperkenalkan dan mengiklankan produk, sehingga memudahkan untuk menjangkau konsumen. Selain itu konsumen juga berperan sebagai pemasar dengan memberikan ulasan tentang kosmetik yang telah mereka beli dan gunakan, yang akan mempengaruhi niat pembelian konsumen lain, karena inovasi teknologi ini *word of mouth* (WOM) telah berubah menjadi *electronic word of mouth* (E-WoM) (Cahyani, 2022). E-WoM sangat membantu konsumen untuk memperoleh informasi label halal, manfaat serta harga sebelum membuat keputusan pembelian.

Selain E-WoM, harga juga menjadi faktor dalam keputusan pembelian skincare. Harga menjadi salah satu elemen penting yang kerap menjadi acuan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen biasanya mempertimbangkan harga produk sebelum membelinya (Puspita, 2021). Konsumen biasanya memiliki batas harga tertentu dalam menilai suatu produk. Jika harga terlalu murah, konsumen bisa menganggap kualitasnya rendah atau kurang baik, sebaliknya jika harga terlalu mahal konsumen merasa tidak wajar dan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

Fenomena tersebut juga terlihat dari pra-riset yang dilakukan peneliti terhadap konsumen non-Muslim pengguna skincare. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 20 responden, sebagian besar menyatakan bahwa label halal memberikan persepsi positif terkait keamanan dan kualitas produk. Selain itu, mayoritas responden juga mempertimbangkan harga, rating, dan ulasan yang terdapat di *marketplace* dan media sosial sebelum memutuskan untuk membeli produk skincare. Temuan pra-riset ini memberikan gambaran awal bahwa label halal, E-WoM, dan harga berpotensi menjadi aspek yang turut berperan dalam membentuk keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim. Faktor utama yang mendorong responden dalam keputusan pembelian skincare adalah informasi, dan *review* yang disebarakan melalui media sosial, serta rating, dan ulasan *marketplace* (E-WoM). Hal ini karena testimoni, dan ulasan dari pengguna lain dianggap jujur, dan nyata berdasarkan pengalaman langsung dalam menggunakan produk. Selain itu, rating memudahkan responden dalam menilai kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Informasi yang tersebar melalui media sosial juga membantu konsumen mengetahui kelebihan dan kekurangan serta hasil pemakaian produk sebelum membeli. Faktor berikutnya adalah harga, responden mengakui harga menjadi pertimbangan karena mereka menilai apakah manfaat dan kualitas yang dihasilkan suatu produk dinilai sesuai dengan besaran harga yang dikenakan. Jika harga dianggap terjangkau dan sebanding dengan kualitasnya, maka konsumen cenderung memutuskan untuk membeli. Label halal menempati urutan ketiga, yang menunjukkan bahwa label halal turut dipertimbangkan oleh sebagian responden dalam proses pengambilan keputusan pembelian skincare. Meskipun responden merupakan non-Muslim, label halal tetap dianggap sebagai tanda bahwa produk tersebut aman, bersih, serta memiliki kualitas yang terjamin karena telah melalui proses pemeriksaan dan pengawasan. Hasil pra-riset tersebut memperlihatkan bahwa bagi sebagian konsumen non-Muslim, keberadaan label halal turut membentuk persepsi terhadap mutu dan keamanan produk sebelum mereka memutuskan untuk membeli skincare.

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

Selain gap fenomena, peneliti juga menemukan beberapa gap penelitian dari peneliti terdahulu yang dibahas oleh Lailiyah (2025) mengonfirmasi bahwa kedua variabel, yakni label halal dan E-WoM, secara nyata memberikan pengaruh yang signifikan dalam membentuk dan mendorong proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Namun, kajian yang dilakukan oleh Alfina et al., (2025) justru menghasilkan temuan bahwa label halal belum terbukti memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Senada dengan itu, Sunatar (2021) juga memperoleh kesimpulan bahwa E-WoM tidak mampu berperan secara nyata dalam menentukan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Sementara itu, Aeni (2021) berhasil membuktikan bahwa label halal dan harga berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian, namun hasil ini bertolak belakang dengan temuan Pratiwi et al. (2020) yang menyimpulkan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan masih terdapat celah pada hasil penelitian terkait label halal, E-WoM dan harga terhadap keputusan pembelian skincare.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian tersebut, terdapat juga perbedaan kondisi dan perilaku konsumen kosmetik halal di beberapa negara. Penelitian Rozza et al. (2026) menyatakan bahwa niat beli kosmetik halal Gen Z di Malaysia lebih kuat dibandingkan dengan niat beli Gen Z di Indonesia. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat religius di Malaysia lebih baik dibandingkan dengan Indonesia. Sementara, di Indonesia niat beli kosmetik halal dipengaruhi oleh keyakinan konsumen terhadap keamanan produk. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan karakteristik, tingkat religiusitas, serta faktor yang memengaruhi keputusan pembelian kosmetik halal antara Gen Z Indonesia dan Malaysia.

Berbagai hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *research gap* yang ditandai perbedaan kondisi perilaku konsumen. Berdasarkan kondisi tersebut, maka penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk mengeksplorasi dan memverifikasi kembali pengaruh yang diberikan oleh label halal, E-WoM, serta harga dalam memengaruhi pertimbangan saat menentukan keputusan untuk membeli suatu produk

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

skincare yang berkategori halal. Kebaruan yang membedakan penelitian ini dari kajian-kajian sebelumnya terletak pada keunikan fokus penelitiannya, yakni menjadikan konsumen non-Muslim sebagai subjek utama dalam upaya menganalisis dan membuktikan sejauh mana label halal, E-WoM, serta harga mampu membentuk dan memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian produk skincare di kalangan masyarakat Indonesia. Selama ini penelitian tentang variabel halal lebih banyak membahas perilaku konsumen Muslim, karena label halal sering dikaitkan dengan kewajiban agama. Padahal di Indonesia sebagai negara dengan keberagaman agama, konsumen non-Muslim juga merupakan bagian dari pasar yang besar. Selain itu, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara bersamaan menggabungkan ketiga variabel tersebut dalam satu model penelitian khususnya pada konsumen non-Muslim di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Pertumbuhan industri skincare di Indonesia saat ini tidak semata-mata dipengaruhi oleh kualitas yang ditawarkan, keputusan konsumen dalam membeli produk juga tidak terlepas dari beberapa faktor lain, seperti label halal, *electronic word of mouth* dan harga yang semuanya merupakan pertimbangan penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam pasar yang semakin kompetitif dan dinamis ketiga faktor tersebut turut memengaruhi bagaimana konsumen menilai dan memahami karakteristik suatu produk. Temuan penelitian sebelumnya mengungkapkan perbedaan hasil label halal, E-WoM, dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian, serta sebagian besar penelitian lebih berfokus pada konsumen Muslim. Sementara itu, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa produk skincare berlabel halal juga digunakan serta dipertimbangkan oleh konsumen non-Muslim dalam proses pembelian. Kondisi ini menunjukkan adanya gap penelitian antara temuan sebelumnya dan perkembangan perilaku konsumen non-Muslim di pasar. Dengan adanya gap tersebut, diperlukan penelitian untuk menguji sejauh mana label halal, E-WoM dan harga berkontribusi atas keputusan pembelian skincare pada non-Muslim di Indonesia dalam membeli produk perawatan kulit. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dirancang untuk menganalisis sejauh mana ketiga faktor tersebut secara

bersama-sama memengaruhi keputusan konsumen non-Muslim dalam membeli produk skincare.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana label halal memengaruhi keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim?
2. Bagaimana *electronic word of mouth* memengaruhi keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim?
3. Bagaimana harga memengaruhi keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim?
4. Bagaimana label halal, *electronic word of mouth* dan harga memengaruhi keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia.
4. Menganalisis pengaruh label halal, *electronic word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dalam pemahaman yang lebih luas mengenai perilaku konsumen non-Muslim saat ingin membeli skincare, terutama yang berkaitan dengan pengaruh label halal, E-WoM dan harga. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung perkembangan, terutama pada strategi komunikasi yang

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

digunakan dalam promosi produk halal dan pemanfaatan ulasan digital untuk membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini juga dapat membantu memahami sejauh mana faktor non-agama, seperti persepsi kualitas dan keamanan produk, ikut memengaruhi keputusan pembelian konsumen non-Muslim

2. Manfaat Praktis

a. Bagi konsumen non-Muslim

Melalui penelitian ini, diharapkan konsumen non-Muslim memperoleh pemahaman yang lebih baik dalam mempertimbangkan pilihan produk skincare dengan mempertimbangkan label halal sebagai indikator keamanan dan kualitas produk, dan memanfaatkan informasi dari E-WoM seperti ulasan dan rating di *platform* digital, serta memperhatikan harga sebagai bentuk kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang di peroleh. Dengan demikian, konsumen dapat menentukan pilihan produk yang paling relevan dengan harapan dan keinginan mereka dengan lebih yakin.

b. Bagi Pelaku Industri (E-Commerce)

Bagi Perusahaan yang bergerak dibidang skincare dan *platform e-commerce*, penelitian ini dapat memberikan pandangan terkait strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam penyampaian informasi mengenai label halal, penentuan harga yang sesuai dengan penilaian konsumen terhadap manfaat produk dan pengelolaan ulasan serta rating konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong peningkatan keyakinan konsumen, memperkuat citra produk, serta mendorong penjualan melalui strategi digital.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penyusunan penelitian ini dilakukan secara terstruktur agar memudahkan pembaca dalam memahami keseluruhan penelitian. Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab inti yang secara berurutan menguraikan seluruh rangkaian pembahasan, yaitu sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, Bab ini memaparkan latar belakang penelitian sebagai dasar dilakukannya penelitian ini. Bab ini juga menyajikan pokok permasalahan, sasaran

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

yang ingin dicapai, serta manfaat yang menjadi harapan untuk dapat dicapai dari penelitian ini, baik dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktis. Di samping itu, bab ini mencakup juga penulisan skripsi guna memaparkan gambaran secara komprehensif mengenai sistematika dan kerangka pembahasan pada setiap bab.

2. Bab II Tinjauan Pustaka, Bab ini menguraikan landasan teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu label halal, E-WoM dan harga. Bab ini juga menyajikan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian, baik yang mendukung maupun yang menunjukkan hasil berbeda. Selain itu, disajikan pula kerangka pemikiran serta hipotesis yang digunakan sebagai dasar penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian, Bagian ini memuat penjelasan komprehensif mengenai pendekatan penelitian yang diterapkan, klasifikasi sumber data yang digunakan sebagai landasan analisis, serta penetapan populasi dan sampel yang menjadi objek penelitian serta cara pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan untuk mengolah dan menafsirkan hasil penelitian. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai model penelitian yang menjadi dasar analisis beserta teknik pengujian hipotesis untuk menguji pertanyaan penelitian.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian, baik secara deskriptif maupun melalui analisis statistik, untuk menjawab rumusan masalah. Bab ini juga membahas pengaruh label halal, E-WoM dan harga terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim di Indonesia.
5. Bab V Penutup, Temuan akhir penelitian terdapat dalam bab ini, disertai dengan penjelasan mengenai batasan-batasan penelitian yang dapat dimanfaatkan sebagai landasan perbaikan dan pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS 4, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa semua hipotesis yang telah dirumuskan terbukti dan dapat diterima. Label Halal, E-WoM, dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh tersebut terjadi baik secara parsial maupun secara simultan. Harga berpengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut.

Label halal terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagi konsumen non-Muslim, label halal merupakan indikator bahwa skincare adalah produk yang aman dan berkualitas. Artinya konsumen merasa lebih percaya dengan adanya logo halal pada kemasan skincare karena dianggap menjamin keamanan dan kualitas skincare. Keberadaan logo halal pada kemasan skincare menjadi faktor penentu terbesar yang mendorong konsumen non-Muslim di Jabodetabek untuk mengambil keputusan pembelian skincare. Label halal tidak lagi menjadi faktor yang sangat memengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli skincare halal, asalkan mereka sudah melihat produk tersebut berlogo halal.

Electronic Word of Mouth juga terbukti memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. *Review* pengguna skincare di media sosial memengaruhi keyakinan konsumen sebelum mereka memutuskan untuk membeli skincare. Ulasan positif dan negatif dari pengguna lain di media sosial menjadi pendorong paling kuat dalam keputusan pembelian skincare. Artinya konsumen memperhatikan pengalaman dan pendapat dari pengguna lain di media sosial sebelum memutuskan untuk membeli produk skincare. Untuk mempelajari produk skincare, pada umumnya konsumen non-Muslim melihat informasi dari media sosial. Namun,

informasi tersebut bukan faktor yang paling kuat mendorongnya membeli skincare halal.

Harga juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin terjangkau harga, semakin kuat pula konsumen memutuskan membeli skincare. Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan, menjadi pendorong paling kuat dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen menilai bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan skincare berlabel halal, terjaminnya keamanan, kebersihan, serta kandungan produk yang berkualitas. Dengan kata lain, keputusan pembelian skincare lebih banyak dipengaruhi oleh keseimbangan antara harga, manfaat, dan kualitas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, konsumen tidak lagi terlalu mempertimbangkan perbandingan harga dengan produk skincare lain selama produk yang dipilih mampu memberikan manfaat yang sesuai dengan harapan.

5.2 Saran

Penelitian ini menghasilkan beberapa rekomendasi, dengan harapan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pihak yang relevan maupun bagi peneliti selanjutnya. Industri perawatan kulit diharapkan dapat meningkatkan tampilan dan penempatan label halal pada kemasan produk agar lebih mudah terlihat oleh konsumen. Dengan demikian, khususnya konsumen non-Muslim dapat lebih mudah mengenali kehalalan bahan baku produk skincare yang digunakan. Selain itu, untuk pemasaran secara online, perusahaan dapat memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang produk pada labelnya. Mereka dapat lebih teliti dalam memperhatikan informasi yang terdapat pada kemasan skincare, seperti kandungan produk serta manfaat yang ditawarkan. Hal ini memudahkan konsumen menentukan skincare yang akan dibeli, sesuai dengan kebutuhannya, yang memberikan rasa aman dan nyaman saat digunakan.

Dalam keputusan pembelian skincare, konsumen non-Muslim juga perlu mempelajari produk tersebut melalui media sosial. Mereka tidak hanya melihat ulasan produk para pelanggan. Maka, sebaiknya perusahaan juga menyajikan informasi yang lengkap tentang produk tersebut di media sosial.

Hak Cipta :

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

**Hak Cipta :**

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

Walaupun konsumen merasa bahwa harga skincare halal sebanding dengan kualitas dan manfaatnya, perusahaan juga sebaiknya terus menjaga kualitas produknya dengan harga yang sepadan. Hal itu dilakukan agar konsumen tidak membeli produk skincare lainnya dengan harga yang lebih murah, namun tetap menawarkan manfaat dan kualitas yang sama dengan skincare halal. Bagi konsumen yang sensitif harga, mereka akan memilih yang lebih murah, untuk mendapatkan kualitas produk yang sama.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam memperluas dan mengembangkan studi dengan ruang lingkup yang lebih komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melengkapi penelitian ini dengan menambah variabel lain seperti variabel *Influencer Marketing*, *Brand Trust* dalam menganalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian skincare pada konsumen non-Muslim. Penelitian dapat pula dilakukan dengan memperluas cakupan wilayah agar hasilnya lebih beragam.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, N., Ardiawan, Ketut Ngurah, & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (N. Saputra, M.Pd (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://perpustakaan.iaiskjmalang.ac.id/wp-content/uploads/2025/05/Buku-Metodologi-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- 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), 2823–2841.
- 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). <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Afifatun, M., & Sylvia, R. (2025). Pengaruh Label Halal, Kandungan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Merek Lokal. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen (SNAM)*, 6(1), 131.
- Agung, M., & Nurbaiti, N. (2023). Analisis Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Skincare PT.PLM JAYA. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2001–2008. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13121>
- Alfina Damayanti, Ahmad Makhtum, & Alan Suud Maadi. (2025). Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga, dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skintific Pada Kalangan Gen Z di Kabupaten Bangkalan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(7). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i7.9239>
- Anggraini, L. P., & Sobari, N. (2023). The Mediation Role of Review Helpfulness , Customers Trust , and Brand Attitude Towards Positive e- WOM and Purchase Intention in Cosmetic Shopping Experience. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 16(1).
- Babić Rosario, A., de Valck, K., & Sotgiu, F. (2020). Conceptualizing the electronic word-of-mouth process: What we know and need to know about eWOM creation, exposure, and evaluation. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 48, Issue 3). <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00706-1>
- Cahyani, D. S. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Halal*. 4(1), 88–100.
- Daowd, A., Hasan, R., Eldabi, T., Rafi-ul-Shan, P. M., Cao, D., & Kasemsarn, N.

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

(2020). Factors affecting eWOM credibility, information adoption and purchase intention on Generation Y: a case from Thailand. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(3), 838–859. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2019-0118>

Diki, H., Syihabudin, & Ahyakudin. (2025). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.30873/jurnalbisnis.v11i1.976>

DinarStandard. (2025). State of the Global Islamic Economy Report. In *Dubai the capital of islamic economy*. <https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25>

Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113–127. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>

Fawwaz El-Farobie, S. I. P., Muharir, S. I. P., & Bagus Setiawan, S. I. P. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 115–124.

Grace, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.

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_824.

Hair Jr, J. F., M, Hult, G. T., M. Ringle, C., Sarstedt, M., P. Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. 2021.

Hanifah, W. (2022). *Pengaruh E-WoM (Electronic Word of Mouth), Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Mahasiswi S-1 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)* (Issue 8.5.2017). Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Haryani, V. P., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah*. 2(4), 803–814. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/view/2057/1878>

Hassanah, A. U., & Supraba Fitri, T. S. (2024). Pengaruh Lifestyle Rating Brand, dan Review Beauty Influencer terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 3031–5220.

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

- Herdi, R. ;, Sucipto, M. C., & Sopian, A. A. (2025). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Outlet Cantik Mart Plered Purwakarta. *Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 5(1). <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.60>
- Ibeabuchi, C., Ehido, A., Fawehinmi, O., & Aigbogun, O. (2024). Determinants of purchase intention towards halalcertified cosmetic products among nonMuslims. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12), 3778–3803. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2022-0255>
- Indraswari;, R., Kartika;, L., & Septiani, S. (2018). Analisis faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal di Kota Bogor. *Journal of Applied Business and Economic*, 5(2).
- Jannah, H. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Labelisasi Halal, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Oleh Generasi Z. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 3(4), 872–891. <https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.14>
- Juwita, S. (2023). Pengaruh Iklan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Juornal Economic and Strategy (JES)*, 1(1). <https://journal.utnd.ac.id/index.php/jes/article/view/897/500>
- Khan, N., Sarwar, A., & Tan, B. C. (2021). Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1461–1476. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0248>
- Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 1–14. <https://conference.univpancasila.ac.id/index.php/ecobestha/article/view/103/104>
- Kioek;, M. A. C., Lena Ellitan;, & Yuliasti Ika Handayani; (2022). Pengaruh Instagram dan EWOM terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 14.
- Lailiyah, N. S., & Sadiyah, M. (2025). *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Produk Somethinc : Label Halal , Kualitas Produk , dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*. 12(1), 22–33. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/efektor-e/article/view/24798/4498>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %28Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)
- Miranti, M., Mumtahaen, I., & Lisnawati, W. (2025). Pengaruh Label Halal dan Ewom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik (Skincare) Marwah Klinik Tasikmalaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence*

- 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

- and *Digital Business*, 4(2), 7578–7586. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1907>
- Mohd, R., Ba, I., Man, S., Naemah, N., Rahman, A., & Aziz, A. (2023). *Determinants of consumer adoption of halal cosmetics : A systematic literature review. September 2022*, 752–762. <https://doi.org/10.1111/jocd.15486>
- Mutia, N., M.Anwar, S., & Rahmawati. (2025). *Analisis Prefensi Konsumen dan Kualitas dalam Melakukan Pembelian Terhadap Produk Skincare di Kota Palopo*. 6(6).
- Nilforoushzadeh, M. A., Amirkhani, M. A., Zarrintaj, P., Salehi Moghaddam, A., Mehrabi, T., Alavi, S., & Mollapour Sisakht, M. (2018). Skin care and rejuvenation by cosmeceutical facial mask. In *Journal of Cosmetic Dermatology* (Vol. 17, Issue 5, pp. 693–702). <https://doi.org/10.1111/jocd.12730>
- Nurjannah, N., Mariah, M., & Hidayat, A. I. (2022). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi Skincare. *Nobel Management Review*, 3(4), 635–644. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3454>
- Pardomuan Robinson, S., Ade Marsinta, A., Maya, O., Ranti, N., Liana, W., & Ikram, M. (2024). *Sihombing, Pardomuan Robinson; Arsani, Ade Marsinta; Oktaviani, Maya; Nugraheni, Ranti; Wijaya, Lianna; Muhammad, Ikram* (D. I. M. P. Marzuki (ed.)). Minhaj Pustaka. https://www.researchgate.net/publication/384695683_Aplikasi_SmartPLS_40_untuk_Statistisi_Pemula
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 000.
- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 383–398.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/125262287/Metode_Penelitian_Kuantitatif-libre.pdf?1762532425=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODE_PENELITIAN_KUANTITATI F.pdf&Expires=1772963061&Signature=b6kyQTH2uq6Pas1G6uuosqNRsyhP6E82R4RD348yf5
- Rahadi, D. R. (2023). *Partial least squares structural equation model(pls-sem)* (Wijonarko (ed.)). Lentara Ilmu Madani. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/104693528/Pengantar_Partial_Least_Square_Strctural_Equation_Model_PLS_SEM_-libre.pdf?1690945912=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPengantar_Partial_Least_Square_Strctural.pdf&Expires=1773032641&Signatur

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

- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2025). *Pengaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Cilacap*. 5(2).
<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/977/568>
- Rizki Yulindasari, E., & 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://ejournal.upnvj.ac.id/JIEFeS/article/view/4293>
- Rozza, S., Efriyanto, Kusumawardhani, A. D., Aura, L., & Busono, S. (2026). *Comparing Factors Affecting Indonesian and Malaysian Muslim Gen Z ' s Intention to Purchase Halal Cosmetics*. 16(3).
<https://www.proquest.com/openview/8a29d6345b5c723dae33a19c7161b3cb/1?pq-origsite=gscholar&cbl=816339>
- Saleh, H., & Rajandran, T. (2024). Relationship between Non-Muslim Consumer Intention to Purchase Halal Products with Halal Awareness , Halal Certification , Halal Marketing and Halal Knowledge : Systematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(9).
<https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i9/22495>
- Salsabila, M. (2023). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal*. 4(2). <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/422/255>
- Sari, T. P., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2023, 21(3), 723.
- Sasongko, E. N., & 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)*. 5, 395–404. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/article/view/14695>
- Septiarini, D. F., Ratnasari, R. T., Salleh, M. C. M., & Herianingrum, S. S. (2022). Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(2). <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0064>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2025). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4* (I. P. H. H. Duari (ed.)). Borneo Novelty. <https://ebooks.borneonovelty.com/media/publications/588838-analisis-data-kuantitatif-dengan-smartpl-29069ce4.pdf>
- Setya, A. H. T., & Bashori. (2023). Variabel Penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9. https://d1wqtxs1x7le7.cloudfront.net/115668360/Variabel_Penelitian-libre.pdf?1717565516=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DVARIABEL_PENELITIAN.pdf&Expires

=1775153836&Signature=XVrGAFzUpLmtTx0uRpsUo7G3IuMeREN6eheQhB1~7-rh-Z3aqTMEUrD-sPxMOq

- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunatar, R. B., & Karfin. (2021). *Pengaruh Label Halal Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Agen Ms Glow Di Kabupaten Sorong*. 2(November), 157–169. <https://ejurnal.iainsorong.ac.id/index.php/At-Thariqah/article/view/751/800>
- Suryowati, B., & Nurhasanah. (2020). Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Kompleksitas*, IX(1), 11–20. <https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/>
- Wildana Al Kautsar, A., & Hasrullah, H. (2025). Sistem Rekomendasi Pemilihan Produk Skincare. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2. <https://doi.org/10.59188/jcs.v4i2.3026>
- Windarti, S., Faidah, M., Usodoningtyas, S., & Dwiyantri, S. (2022). Kebiasaan Pemakaian Skin Care Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang. *E-Jurnal*, 11(1), 123–130.
- Yohana Dian Puspita, & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Yusuf, E. W., Komaladewi, R., & Sudarma, Y. S. (2019). The Importance of Halal Product Label to Building Customer Trust. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15, 58–66.

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan, saya Ririn Septiani mahasiswa semester 8 Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Pada Konsumen Non-Muslim di Indonesia”.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Non-Muslim
2. Pernah membeli atau menggunakan skincare
3. Usia 18-50 tahun
4. Berdomisili di Jabodetabek

Mohon kesediaannya untuk menjawab setiap pertanyaan secara jujur dan berdasarkan pengalaman pribadi. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya secara penuh dan tidak akan dipublikasikan secara individu. Data yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik. Partisipasi serta jawaban yang Anda berikan sangat berarti dan memberikan kontribusi penting dalam mendukung kelancaran serta kualitas penelitian yang sedang saya lakukan. Terima kasih.

a. Tahap *Screening*

Apabila responden menjawab “Ya” pada pertanyaan dibawah ini, maka responden dapat melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Namun, apabila responden menjawab “Tidak”, maka responden tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner.

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda non-Muslim?		
2	Apakah anda pernah membeli atau menggunakan skincare?		

b. Informasi Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Jenis kelamin.	☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

2	Usia Saat ini.	☐ 18 – 25 ☐ 26 – 35 ☐ 36 – 45 ☐ 46 - 50
3	Domisili Anda sekarang.	☐ Jakarta ☐ Bogor ☐ Depok ☐ Tangerang ☐ Bekasi

c. Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan Variabel	Skala Likert			
		1	2	3	4
Label Halal					
1	Pada Skincare yang saya gunakan saat ini terdapat “logo” halal.				
2	Pada Skincare yang saya gunakan saat ini terdapat tulisan "halal".				
3	Saya dapat mengenali label halal pada Skincare yang saya gunakan dalam kombinasi gambar dan tulisan.				
4	Saya dapat menemukan label halal pada Skincare yang saya gunakan.				
Electronic Word of Mouth					
5	Saya melihat banyak ulasan di sosial media tentang skincare yang saya gunakan.				
6	Saya melihat komentar positif dan negatif di sosial media tentang skincare yang saya gunakan.				
7	Saya memahami skincare yang saya gunakan dari sosial media.				
Harga					
8	Saya membeli skincare yang sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki.				
9	Harga skincare yang saya gunakan sebanding dengan kualitasnya.				
10	Harga skincare yang saya gunakan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.				
11	Skincare yang saya gunakan lebih sesuai harganya dibandingkan dengan skincare lain				
Keputusan Pembelian					

Hak Cipta :

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

12	Saya menyadari pentingnya label halal saat memilih produk skincare.				
13	Dalam memilih Skincare saya melihat ulasan dari media sosial.				
14	Saya membandingkan harga beberapa produk Skincare sebelum memutuskan untuk membeli.				
15	Saya memutuskan membeli produk skincare setelah mempertimbangkan label halal, review di sosial media, dan harga produk.				
16	Saya merasa puas setelah membeli produk skincare saat ini.				
17	Saya merasa puas setelah menggunakan produk skincare saat ini.				
18	Saya mempertimbangkan untuk membeli skincare tersebut kembali di masa depan.				

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner

No	Label Halal			
	LH1	LH2	LH3	LH4
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	1	1	1	1
5	4	4	4	4
6	4	4	3	3
7	3	3	4	3
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	4	4	4	4
11	3	3	3	3
12	4	3	3	3
13	3	3	3	3
14	4	4	3	4
15	3	3	4	3
16	3	3	3	3
17	3	3	3	3
18	1	1	1	1
19	4	4	4	3
20	4	4	3	3

Hak Cipta :

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

21	2	2	2	2
22	4	4	4	4
23	3	3	3	3
24	4	4	4	4
25	2	3	3	3
26	3	4	3	4
27	2	3	3	3
28	4	4	4	4
29	3	3	4	4
30	3	2	3	3
31	3	3	4	4
32	2	2	2	2
33	4	3	4	4
34	4	3	4	3
35	4	4	4	4
36	2	4	3	3
37	4	3	3	3
38	3	3	3	3
39	3	3	3	2
40	4	3	3	3
41	3	3	3	3
42	3	2	3	2
43	3	4	4	4
44	3	3	3	3
45	4	3	4	4
46	3	3	3	2
47	3	3	3	2
48	3	3	3	3
49	4	4	4	4
50	3	3	3	2
51	3	4	3	3
52	4	3	3	3
53	3	3	3	3
54	4	4	4	4
55	3	3	3	3
56	3	3	3	3
57	3	3	3	3
58	3	3	3	4
59	3	3	3	3
60	2	3	2	3

Hak Cipta :

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

61	4	4	4	4
62	3	3	3	3
63	3	3	3	3
64	4	4	4	4
65	3	4	3	4
66	4	4	4	4
67	3	3	4	4
68	4	3	3	3
69	1	1	2	2
70	2	2	2	2
71	3	4	4	3
72	3	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	4	4	4	4
77	1	1	4	2
78	4	4	4	4
79	3	4	4	3
80	3	3	3	3
81	4	4	4	4
82	4	4	4	4
83	3	2	2	3
84	3	3	4	2
85	3	4	2	2
86	3	2	2	3
87	3	3	3	2
88	3	4	4	4
89	3	3	3	4
90	4	2	4	4
91	3	4	3	3
92	3	3	3	3
93	4	4	3	4
94	3	3	3	3
95	1	2	2	2
96	2	3	2	2
97	4	4	3	4
98	3	3	3	4
99	4	4	3	3
100	4	3	3	3

Hak Cipta :

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

101	4	4	4	4
102	3	2	3	2
103	4	4	3	3
104	4	4	2	3
105	4	3	4	4
106	2	2	2	2
107	4	4	4	4
108	4	3	4	2
109	4	4	4	3
110	2	2	3	3
111	2	2	2	2
112	4	4	4	4
113	1	1	2	1
114	3	4	3	4
115	4	2	3	3

No	Electronic Word of Mouth		
	EW1	EW2	EW3
1	3	3	3
2	4	3	4
3	4	4	4
4	1	3	3
5	3	4	3
6	4	3	4
7	4	3	3
8	3	4	3
9	4	4	4
10	4	4	4
11	4	4	4
12	3	3	3
13	3	4	3
14	3	3	4
15	3	3	3
16	3	3	3
17	3	2	3
18	1	1	1
19	4	4	4
20	4	3	3
21	4	3	3

Hak Cipta :

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

22	3	4	4
23	4	3	3
24	3	3	3
25	4	3	3
26	3	3	3
27	4	3	3
28	3	4	4
29	3	3	2
30	4	4	4
31	3	3	3
32	4	3	4
33	4	4	4
34	3	3	3
35	4	4	4
36	3	4	3
37	3	4	3
38	3	3	3
39	3	3	2
40	2	3	3
41	3	3	3
42	3	3	3
43	3	3	4
44	3	3	3
45	3	4	3
46	4	4	4
47	4	4	4
48	3	3	3
49	3	3	3
50	2	3	3
51	3	4	3
52	4	3	3
53	2	2	2
54	3	4	3
55	3	3	3
56	2	2	2
57	3	4	4
58	4	3	3
59	3	3	3
60	3	3	3
61	3	3	3

Hak Cipta :

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

62	3	3	3
63	2	2	2
64	3	2	3
65	3	3	3
66	3	4	3
67	2	2	2
68	4	3	3
69	2	2	2
70	2	2	3
71	2	3	2
72	3	4	4
73	3	3	3
74	3	3	3
75	3	4	4
76	4	4	4
77	4	4	4
78	4	3	3
79	3	2	4
80	4	3	4
81	4	4	4
82	3	3	3
83	3	3	3
84	2	2	2
85	4	4	3
86	3	2	2
87	4	4	3
88	3	4	3
89	3	4	4
90	3	4	4
91	2	3	3
92	1	2	2
93	3	3	3
94	3	3	4
95	3	3	4
96	3	3	1
97	2	2	2
98	3	4	3
99	4	4	3
100	3	3	3
101	3	3	2

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

102	4	4	3
103	3	3	4
104	4	3	4
105	2	3	3
106	4	4	4
107	3	3	2
108	4	3	4
109	2	1	2
110	3	2	2
111	2	2	2
112	3	3	3
113	2	2	2
114	3	3	3
115	2	2	3

No	Harga			
	H1	H2	H3	H4
1	3	3	3	3
2	3	4	4	3
3	4	4	4	4
4	3	3	3	3
5	4	4	3	4
6	3	4	4	4
7	4	3	3	3
8	4	3	3	3
9	4	4	4	4
10	4	4	4	4
11	4	4	4	4
12	4	3	3	3
13	3	4	3	3
14	3	3	3	3
15	3	3	3	3
16	4	4	4	4
17	2	3	3	3
18	1	1	1	1
19	4	4	4	4
20	3	3	3	3
21	3	4	3	3
22	4	4	3	3

Hak Cipta :

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

23	3	4	4	3
24	3	3	3	4
25	4	4	4	4
26	3	2	2	3
27	3	3	3	3
28	4	4	4	3
29	2	2	2	2
30	3	3	3	3
31	3	3	2	2
32	3	3	3	2
33	4	3	4	4
34	3	2	4	3
35	3	4	4	3
36	2	2	3	3
37	2	3	3	3
38	3	3	3	3
39	4	3	3	3
40	3	2	2	2
41	3	4	3	3
42	3	4	4	3
43	2	3	3	3
44	4	4	3	4
45	4	4	4	4
46	4	4	3	3
47	3	2	3	3
48	3	3	3	3
49	3	2	3	3
50	2	3	2	2
51	3	3	3	3
52	3	4	4	3
53	4	3	4	4
54	3	4	4	4
55	4	4	4	3
56	4	4	3	3
57	3	3	3	3
58	3	3	3	3
59	4	4	4	4
60	2	3	2	2
61	3	4	3	3
62	2	3	3	2

Hak Cipta :

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

63	4	4	4	3
64	3	3	4	3
65	4	4	4	4
66	3	3	3	4
67	4	4	4	4
68	2	3	3	3
69	1	2	1	1
70	2	2	2	2
71	2	3	2	2
72	3	2	2	3
73	4	4	3	3
74	3	3	3	4
75	4	4	2	3
76	4	4	4	4
77	4	4	4	3
78	4	4	4	3
79	4	4	4	3
80	4	3	4	2
81	4	4	4	4
82	4	4	4	4
83	3	3	3	3
84	4	4	4	3
85	3	4	4	3
86	4	4	4	4
87	1	2	2	1
88	2	2	3	2
89	3	3	4	3
90	2	2	2	2
91	3	3	4	4
92	1	2	2	2
93	3	3	3	4
94	4	4	3	4
95	3	2	3	3
96	4	4	3	4
97	4	2	3	3
98	2	2	3	3
99	2	3	4	3
100	4	3	4	3
101	3	4	3	4
102	3	2	3	3

Hak Cipta :

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

103	3	3	2	4
104	4	4	4	3
105	2	2	2	2
106	3	3	3	4
107	2	3	2	2
108	4	3	4	4
109	2	3	2	3
110	3	3	3	3
111	3	3	3	2
112	3	4	4	4
113	3	3	3	3
114	3	4	3	4
115	4	4	4	2

No	Keputusan Pembelian						
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
1	4	3	3	4	3	3	3
2	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4
7	3	3	4	3	3	3	3
8	3	4	4	3	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	3
12	4	3	3	3	4	3	4
13	3	3	2	2	3	3	3
14	4	3	3	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	4	4	4	4	4
17	3	4	4	3	3	3	4
18	1	1	1	1	1	1	1
19	3	3	4	4	3	3	3
20	3	3	3	4	3	3	3
21	2	4	3	2	3	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	4	3	3

Hak Cipta :

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

24	4	3	3	4	4	4	3
25	3	3	3	3	3	3	3
26	3	2	2	3	3	3	2
27	4	3	3	4	4	3	3
28	4	3	4	4	4	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3
30	4	3	4	4	4	4	3
31	3	2	3	3	3	3	3
32	4	3	3	4	4	3	3
33	4	3	4	4	4	4	4
34	4	3	3	3	4	3	3
35	4	3	4	4	4	4	4
36	3	2	3	3	3	3	2
37	4	3	3	4	4	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3
39	3	2	3	3	3	3	2
40	4	3	3	3	4	3	3
41	4	3	3	3	4	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3
43	4	3	3	3	4	3	3
44	4	3	3	4	4	4	3
45	4	3	4	4	4	4	3
46	4	3	3	4	4	3	3
47	3	2	3	3	3	3	3
48	4	3	3	3	4	3	3
49	3	3	3	3	4	3	3
50	2	2	3	2	2	3	3
51	4	3	3	4	4	4	3
52	3	3	3	3	4	3	3
53	3	2	2	3	3	2	2
54	4	3	4	4	4	4	4
55	4	3	4	4	4	4	3
56	4	3	3	4	4	3	3
57	3	3	3	3	3	3	3
58	3	2	3	3	3	3	3
59	4	3	3	4	4	4	3
60	3	2	2	3	3	3	2
61	4	3	3	3	4	3	3
62	3	2	3	3	3	3	2
63	4	3	3	3	4	3	3

Hak Cipta :

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

64	4	3	4	4	4	4	4
65	4	3	3	4	4	4	3
66	4	4	4	4	4	4	4
67	3	3	3	3	3	3	3
68	4	3	3	4	4	3	3
69	2	2	2	2	2	2	2
70	2	2	2	2	2	2	2
71	3	2	2	3	3	3	2
72	4	3	3	4	4	3	3
73	4	4	4	4	3	3	4
74	4	3	3	3	3	3	3
75	3	4	4	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4
77	1	4	3	3	4	4	4
78	4	4	3	3	3	3	3
79	3	4	3	4	4	4	4
80	2	4	3	3	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	2
84	3	3	3	3	3	3	3
85	3	3	3	3	3	4	3
86	3	3	3	3	3	3	3
87	3	3	3	3	3	4	3
88	3	3	3	3	3	3	3
89	3	3	4	4	3	4	4
90	3	3	3	3	3	3	2
91	3	3	3	3	3	4	3
92	2	2	3	3	2	3	2
93	3	3	4	4	3	4	3
94	4	3	4	4	3	4	3
95	2	2	2	3	2	3	2
96	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3	4	3
98	3	3	3	4	3	4	3
99	3	3	3	4	4	4	4
100	3	2	3	3	2	3	2
101	3	3	3	3	3	4	3
102	3	3	3	3	3	3	2
103	3	3	3	3	3	4	3

Hak Cipta :

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

104	4	4	4	4	3	4	3
105	3	2	3	3	3	3	2
106	3	4	3	3	4	3	3
107	3	2	3	3	3	3	2
108	3	3	3	4	3	4	3
109	3	3	3	3	3	3	2
110	2	2	2	3	2	3	2
111	2	2	3	3	2	3	2
112	3	3	4	4	4	4	3
113	2	2	2	2	2	2	2
114	3	3	3	3	4	4	3
115	3	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3 Analisis Outer Model

Hasil Outer Loading

Item	Label Halal	Electronic Word of Mouth	Harga	Keputusan Pembelian	Keterangan
LH1	0.885				Valid
LH2	0.875				Valid
LH3	0.844				Valid
LH4	0.885				Valid
EW1		0.843			Valid
EW2		0.855			Valid
EW3		0.876			Valid
H1			0.858		Valid
H2			0.842		Valid
H3			0.856		Valid
H4			0.827		Valid
KP1				0.736	Valid
KP2				0.797	Valid
KP3				0.831	Valid
KP4				0.843	Valid
KP5				0.814	Valid
KP6				0.796	Valid
KP7				0.840	Valid

Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
Label Halal	0.761	Valid
Electronic Word of Mouth	0.736	Valid
Harga	0.715	Valid
Keputusan Pembelian	0.654	Valid

Nilai Cross Loading

Item	Label Halal	Electronic Word of Mouth	Harga	Keputusan Pembelian
LH1	0.885	0.294	0.313	0.584
LH2	0.875	0.281	0.298	0.551
LH3	0.844	0.283	0.257	0.488
LH4	0.885	0.246	0.231	0.529
EW1	0.235	0.843	0.384	0.510
EW2	0.312	0.855	0.201	0.515
EW3	0.269	0.876	0.285	0.577
H1	0.229	0.254	0.858	0.513
H2	0.244	0.237	0.842	0.553
H3	0.239	0.344	0.856	0.555
H4	0.354	0.301	0.827	0.560
KP1	0.573	0.392	0.425	0.736
KP2	0.385	0.524	0.577	0.797
KP3	0.551	0.521	0.533	0.831
KP4	0.535	0.530	0.512	0.843
KP5	0.471	0.509	0.507	0.814
KP6	0.502	0.524	0.533	0.796
KP7	0.490	0.524	0.563	0.840

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability	Keterangan
Label Halal	0.895	0.899	Reliabel
Electronic Word of Mouth	0.821	0.825	Reliabel
Harga	0.867	0.868	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.912	0.913	Reliabel

Lampiran 4 Analisis Inner Model

Hasil Uji *R-Square*

	R-square	R-square adjusted	Kategori
Keputusan Pembelian	0.723	0.715	Moderat

Hasil Uji F-Square

	F-Square	Keterangan
Label Halal -> Keputusan Pembelian	0.429	Besar
Electronic Word of Mouth -> Keputusan Pembelian	0.413	Besar
Harga -> Keputusan Pembelian	0.490	Besar

Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q-Square	Keterangan
Keputusan Pembelian	0.710	Baik

Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Keterangan
Label Halal -> Keputusan Pembelian	0.374	0.373	0.055	6.804	0.000	Diterima
Electronic Word of Mouth -> Keputusan Pembelian	0.370	0.372	0.058	6.361	0.000	Diterima
Harga -> Keputusan Pembelian	0.403	0.405	0.056	7.223	0.000	Diterima

Hasil Uji Hipotesis Simultan

F Hitung	F Tabel	Keterangan
97,44	2,69	Diterima

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