

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (TPB)
(Studi Kasus: *Customer Diana Care Klinik, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat*)**



**Oleh:
Zharfa Shabrina
NIM: 1805421035**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2022**



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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Zharfa Shabrina
NIM : 1805421035
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan (D4)
Judul : Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (Studi Kasus *Customer Diana Care Klinik*, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Senin
Tanggal : 5 September 2022
Waktu : 08.00 – 09.00

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr.Dra., Iis Mariam, M.Si
NIP 196501311989032001
Penguji 1 : Endah Wartianingsih, S.E., M. M
NIP 196410191989032001
Penguji 2 : Dr. Nidia Sofa, S.Pd. I., M.Pd
NIP 198310222015042001

.....
.....
.....



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, Agustus 2022
Yang Membuat Pernyataan,

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Zharfa Shabrina
NIM 1805421035



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (Studi Kasus pada Masyarakat Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Selain itu, tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama menjalani pendidikan di Administrasi Bisnis Terapan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang terlibat untuk membantu dan mendukung penulis baik secara moril ataupun material untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl- Eng. HTL., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M. Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021- 2025.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Dr. Dra. Iis Mariam, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Erlyn Rosalina, S. Hum., M. Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir 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

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
7. Kedua orang tua Drs. Ali Hidayat, MMSi dan Siti Halimah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moral maupun material, sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun tugas akhir ini.
8. Teman-teman Administrasi Bisnis Terapan angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada seluruh informan narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mewawancarai dan membantu kelancaran penelitian dan penyusunan tugas akhir ini.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai bahan evaluasi dalam penulisan selanjutnya. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Depok, 27 Agustus 2022

Penulis,

Zharfa Shabrina

NIM 1805421035



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

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kerangka Teori.....	7
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Minat Beli.....	10
2.1.3 Kosmetik.....	12
2.1.4 Sertifikat Halal.....	15
2.1.5 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	16
2.2 Kerangka Penelitian/Jurnal yang Relevan.....	18
2.3 Deskripsi Konseptual.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.1.1 Tempat Penelitian.....	23



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

3.1.2 Waktu Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.2.1 Informan Penelitian	24
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	28
3.2.4 Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.2 Sikap perilaku (<i>attitude</i>), norma subjektif (<i>subjective norm</i>), dan kontrol perilaku yang dirasakan (<i>perceived behaviour control</i>) dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	39
4.2 Pembahasan.....	48
4.2.1 Analisis Sikap perilaku (<i>attitude</i>), norma subjektif (<i>subjective norm</i>), dan kontrol perilaku yang dirasakan (<i>perceived behaviour control</i>) dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	48
BAB V PENUTUP	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56



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 TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Konsumsi Kosmetik Halal di Indonesia 2019-2020	2
2.1	Hasil Penelitian/Jurnal Relevan	18
2.2	Perbedaan dan Persamaan Hasil Penelitian/Jurnal Relevan.....	20
3.1	Waktu Penelitian.....	23
4.1	Jumlah Penduduk Pancoran Mas RW 17 tahun 2022.....	32





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 GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	8
2.2	Model Hierarki Respon	10
2.3	Logo Halal Indonesia	15
2.4	Deskripsi Konseptual	22
3.1	Pola Analisis	29
4.1	Logo Diana Care	35
4.2	Toner.....	32
4.3	<i>Day Cream</i>	32
4.4	<i>Facial Wash</i>	32
4.5	<i>Night Cream</i>	32
4.6	Serum.....	32
4.7	Struktur Organisasi	32

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

ABSTRAK

ZHARFA SHABRINA. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), Studi Kasus Masyarakat Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2022.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah perilaku, kontrol perilaku yang ada dan norma subjektif ketika membeli produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi. Metode analisis data (1) reduksi data; (2) sajian data; (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ketika pengamatan dapat diasumsikan intensi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang, menunjukkan seberapa kuat individu tersebut menampilkan sebuah perilaku. Intensi untuk melakukan sesuatu dapat dilihat berdasarkan sikap seseorang atas sebuah *attitude*, norma subjektif, dan adanya persepsi kontrol perilaku seseorang.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Kosmetik, Bersertifikat Halal, *Theory of planned Behaviour*

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

ABSTRACT

ZHARFA SHABRINA. *Analysis of Consumer Behavior in Purchasing Halal Certified Cosmetic Products Based on Theory of Planned Behavior (TPB), Case Study of the Pancoran Mas Community, Depok City, West Java. Department of Commercial Administration, Jakarta State Polytechnic. 2022.*

This study aims to find out how the existing behavior, behavioral control and subjective norms when buying halal-certified cosmetic products are based on the Theory of Planned Behavior (TPB). Qualitative research method. Collecting data using observation techniques, interviews, documentation, triangulation. Data analysis methods (1) data reduction; (2) data presentation; (3) drawing conclusions/verification. The results of the study can be concluded that when the observation can be assumed the intention to find out the factors that influence a person's behavior, shows how strongly the individual displays a behavior. The intention to do something can be seen based on one's attitude towards an attitude, subjective norms, and the perception of one's behavior control.

Keywords: *Consumer Behavior, Cosmetics, Halal Certified, Theory of Planned Behavior*

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, penerjemahan 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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penduduk Muslim dunia mengalami peningkatan pendapatan dan pertumbuhan di berbagai negara yang mayoritas nya itu Muslim. Dengan potensi pasar yang diperkirakan mencapai \$2,7 triliun secara global dan permintaan yang tidak hanya datang dari konsumen Muslim, tampaknya menjadi motivasi bagi sejumlah negara seperti Malaysia, Thailand, Indonesia, dan Jepang berlomba menjadi pusat produk halal *World Halal Forum*, 2013 (www.worldhalalforum.org). Permintaan produk halal ini pun tidak hanya untuk produk makanan saja namun telah meluas ke kategori produk lain seperti kosmetik, farmasi, jasa keuangan, dan pariwisata Webb, 2014 (www.dailymail.co.uk).

Isu halal kini bukan hanya berdasarkan makanan, namun juga ada isu halal di berbagai sektor atau di berbagai bidang kehidupan seperti sektor industri, sektor fashion, sektor farmasi, sektor media, sektor finansial, sektor kosmetik, sektor wisata, sektor pendidikan, sektor kebugaran dan sektor seni budaya. Dari keseluruhan sektor yang ada disebutkan di atas dapat kita amati bahwa akhir ini telah mulai merambah atau banyak dilakukan dan diurus sertifikat halal oleh masyarakat sekitar sektor tersebut.

Kini di negara Indonesia adanya pertumbuhan kosmetik sudah semakin sangat besar dan berkembang pesat. Dan pada beberapa perusahaan yang telah melakukan bisnis kosmetik dan menggeluti bidang ini selama bertahun-tahun mengemukakan bahwa menurut mereka Indonesia merupakan pasar industri kosmetik yang cukup besar. Di negara ini bisnis kosmetik memanfaatkan populasi penduduk Indonesia yang banyak dan generasi milenial seperti wanita muda yang membutuhkan kosmetik sebagai kebutuhan utama mereka saat in



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

Tabel 1.1

Pertumbuhan Konsumsi Kosmetik Halal di Indonesia 2019-2020

Tahun	Total Konsumsi (USD)	Persentase Pertumbuhan
2019	4 Miliar	0,71 %
2020	4,19 Miliar	

Sumber: *State of The Global Islamic Report* Tahun 2019/2020 dan *State of The Global Islamic Report* Tahun 2020/2021

Berdasarkan *State of The Global Islamic Report* (Tabel 1.1 Pertumbuhan Kosmetik Halal di Indonesia), hanya konsumsi pada kosmetik halal saja yang mengalami peningkatan yang positif yaitu sebesar 0,71 persen. Di tahun 2020 Indonesia mengalami kenaikan 4, 19 Miliar pada konsumsi kosmetik halal di Indonesia. Konsumsi produk kosmetika halal di Indonesia mencapai \$4,19 Miliar dari total konsumsi farmasi global sebesar \$66 miliar (*State of The Global Islamic Report, 2020/2021*).

Banyak penelitian tentang niat konsumen muslim untuk mengukur sikap yang benar dalam membeli produk kosmetik halal telah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir untuk memacu perkembangan bisnis ini. Menurut Ali (2018: 1) dalam beberapa tahun terakhir, penelitian tentang konsumsi produk halal di segmen pasar Muslim sebagian besar tidak diketahui. Seperti potensi pasar di Indonesia yang berpenduduk muslim 87,1% dari total penduduk atau 219.960.000 jiwa Diamant, 2019 (www.pewresearch.org). Talib dan Razak (2013: 187), penting bagi konsumen Muslim untuk memahami apakah kategori produk yang mereka beli atau gunakan halal atau haram. Rajagopal (2011: 138), konsumen masih kekurangan akses terhadap informasi yang memadai tentang sertifikasi halal atau merek halal. Alserhan (2012:121), pasar muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip dan nilai tertentu yang mengikat semua konsumen muslim secara bersama-sama. Sedangkan Aziz dan Chok (2013:1), saat ini terjadi kurangnya pemahaman masyarakat tentang hubungan antara konsep halal seperti kesadaran produk halal dan



© 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

sertifikasi halal dan niat beli.

Konsumen sebagai salah satu dari pada kunci keuntungan produsen memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan produk kosmetik. Saat adanya kepentingan meningkatkan penjualan produk kosmetik yang halal, maka pembeli merupakan salah satu kunci keuntungan dalam suatu produsen. Tentunya konsumen ini dipengaruhi oleh faktor pendukung, seperti faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk kosmetik, yang menjadikannya kosmetik ini tolak ukuran seberapa tertarik konsumen terhadap suatu produk. Dari hasil observasi yang dilakukan penulis, *Diana Care Klinik* semakin hari semakin ramai dikunjungi oleh konsumen baru sehingga tingkat kunjungan pelanggan semakin tinggi. *Diana Care Klinik* merupakan salah satu klinik kecantikan yang menggunakan beberapa produk kosmetik halal, sehingga penulis tertarik untuk menjadikan *Diana Care Klinik* sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan teori *Theory of Planned Behavior*, yang menjelaskan tentang tiga determinan yang mempengaruhi niat seseorang dalam mengambil keputusan. Ada tiga faktor penentu dalam teori perilaku ini: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga faktor penentu teori perilaku ini menghubungkan pengukuran minat konsumen dan keputusan pembelian produk kosmetik halal.

Berdasarkan Pasal 1 nomor 1 Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (PMKRI) bernomor 1176/MenKes/PER/VIII/2010, yang menjelaskan kosmetik merupakan bahan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar atau gigi.

Sertifikat Halal atau Label Halal, adalah untuk menghindari kebingungan konsumen dan setiap produsen kosmetik wajib mendapatkan sertifikasi halal. Sertifikasi halal ini diperlukan untuk label halal yang akan dicantumkan pada kemasan produk kosmetik. Konsumen akan merasa lebih nyaman saat mengonsumsi dan menggunakan produk kosmetik dengan label 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tujuan sertifikasi halal dan label halal pada produk kosmetika adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga konsumen dapat merasa percaya diri dalam mengkonsumsinya. Karena masyarakat semakin sadar akan pentingnya penggunaan produk halal, maka industri halal dalam kosmetik saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat dan signifikan. Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan produk kosmetik halal, seperti media massa (baik cetak maupun elektronik), media sosial, lingkungan, dukungan selebriti, sikap, dan kepuasan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Bersertifikat Halal Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) Studi Kasus *Customer Diana Care Klinik, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat*”.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat didefinisikan masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Adanya produk kosmetik yang terkategori tidak bersertifikat halal yang bebas jual dipasaran sekitar.
- b. Sikap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) berpengaruh terhadap niat dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat 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

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga agar pembahasan dalam penelitian ini tetap terfokus dan tidak terlampaui luas, maka penulis memberikan pembatasan yaitu:

- a. Subjek penelitian dibatasi pada masyarakat Kelurahan Pancoranmas 17, Kota Depok, Jawa Barat.
- b. Perilaku pembelian produk kosmetik halal berdasarkan *theory of planned behaviour* diteliti hanya pada teori-teori berkaitan dengan minat beli, media sosial, dan *theory of planned behaviour* pada teori perilaku perencanaan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian adalah “Bagaimana sikap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB)?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yang ingin dicapai oleh peneliti adalah “Untuk mengetahui sikap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB)”.



Hak Cipta :

b.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis adalah, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini dapat menambah gambaran, wawasan, pengetahuan serta pemahaman mengenai perilaku konsumen ditinjau dari *theory of planned behaviour*.

Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian.

2) Bagi Akademik

Sebagai informasi bagi seluruh akademis dan mahasiswa, yang diharapkan dapat menjadi wadah pengembangan keilmuan mengenai halal *awareness*, sertifikat halal, pemasaran halal, terhadap sikap serta pengaruh norma subjektif dan sikap.

3) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas dan efisiensi dalam meningkatkan penjualan, meningkatkan pelayanan, dan menerapkan strategi pemasaran.



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 penelitian dan pembahasan di atas mengenai analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), analisis sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal mengasumsikan niat untuk mengetahui beberapa faktor pendorong yang dapat mempengaruhi perilaku, menjelaskan seberapa keras orang bersedia untuk menampilkan suatu perilaku, dan seberapa banyak usaha yang digunakan untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap terhadap perilaku tertentu, seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, dapat memprediksi niat perilaku.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijabarkan oleh penulis diatas, maka penulis menyarankan beberapa hal untuk kepentingan penelitian dan masyarakat kedepannya sebagai berikut.

Bagi pengguna terutama baik masyarakat Pancoran Mas RW 17, masyarakat didalam dan diluar kota, maupun di Indonesia, hendaknya lebih fokus teliti dalam memutuskan pembelian kosmetik baik dari segi kualitas, informasi media sosial, pelayanan, keamanan, dan kehalalan produk tersebut.



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

BUKU

- Ajzen, I. 2012. *The theory of planned behavior. Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1.*
- Anggara, S. 2015. *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung: CV Pustaka Setia.
- Azwar, S. 2011. *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).* Yogyakarta: CV Budi Utama
- Heryana, A. 2018. *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Research Gate.
- Hidayati, T. & Primadhany, E. F. 2020. *Sistem Jaminan Produk.* Klaten, Jawa Tengah: CV Penerbit Lakeisha
- Halal, I. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P. & Gerry, A. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition.* New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. & Kevin, L. N. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.* Jakarta: PT. Indeks.
- Moleong, L. J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif.* Solo: Cakra Books.
- Peter, P. J. & Olson, J. C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 4 jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Grasindo.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. 2014. *Consumer Behaviour.* London: Pearson.



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

- Setiadi. 2013. *Konsep dan praktek penulisan riset keperawatan (Ed.2)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suprapti, N. W. 2010. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana Universty Press.
- Yulia, Elvyra & Ambarwati, Neneng, Siti. 2015. *Dasar-dasar Kosmetika unt... Tata Rias*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.

Jurnal

- Adiba, E. M., & Wulandari, D. A. 2018. Pengaruh Halal *Knowledge*, *Islamic Religiosity*, dan *Attitude* terhadap *Behaviour* Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di Surabaya, *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Volume 1, Nomor 3, Juni 2018.
- Asadifard, M., Rahman, A. A., Aziz, Y. A., & Hashim, H. 2015. *A Review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia*. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. Volume 6, No.3. Hal 229.
- Darmalaksana, W., & Busro, B. 2021. Kosmetik Halal sebagai *Lifestyle* untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis, *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* P-ISSN: 2406-9582 E-ISSN: 2581-2564, Volume 6, No 02, 2021 DOI: 10.30868/at.v6i02.1634.



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

Sarwoko, E. 2011. Kajian Empiris *Entrepreneur Intention* Mahasiswa Jurnal Ekonomi Bisnis, Volume 16, No. 2, Juli 2011.

Esti, M. D. T., & Rukismono, M. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Lipstik Purbasari Sebagai Kosmetik Halal di Surabaya, Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER). Volume 4, No. 1, 2020.

Marhaini. 2008. Analisis Perilaku Konsumen dalam pembelian Komputer Merk Acer. Jurnal : Manajemen Bisnis, Volume 1, Nomor 3 September 2008.

Wahyuningsih, I. 2018. Intensi Konsumen terhadap Kosmetik dan Produk *Skincare* Halal di Indonesia Pendekatan *Theory of Planned Behaviour*, *Journal of Economics and BusinessAseanomics* (JEBA) P- ISSN 2527 – 7499 E-ISSN 2528-3634 Volume 3 No. 1, No.- Juni 2018.

Zainuri, D., & Giani, I. P. 2022. Perilaku Konsumen Produk *Lipcream* Wardah. Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Kampus Bondowoso, Jurnal Ekonomi Syariah, ISSN 2528- 5610 (*Print*) ISSN 2541-0431 (*Online*) hlm.28-43

Internet

Databoks. 2022. Retrieved 21 April 2022 from <https://databoks.katadata.co.id/>.

LPPOM MUI. 2022. *Cek Produk Halal*. Retrieved 23 Juni 2022 from <https://www.halalmui.org/mui14/>.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Informan Penelitian

A. Profil Informan



© 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

Nama Lengkap: Ida Diana

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 39 Tahun

Alamat: Jl. Situ Pitara Siwagandu, RT 05/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok Jawa Barat

Nama Lengkap: Fitriana Lestari Utami

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 25 Tahun

Alamat: Jl. Situ Pitara Siwagandu, RT 05/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok Jawa Barat

Nama Lengkap: Syarifah Yunia

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 35 Tahun

Alamat: Jl. Gang Bumi Pancoran Mas 3, RT 01/017, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat

Nama Lengkap: Devi Apriliani

Jenis Kelamin: Perempuan

Usia: 29 Tahun

Alamat: Perumahan Mutiara Cagar Alam 2, RT 01/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat

B. Daftar Pertanyaan Wawancara

PERTANYAAN WAWANCARA



Hak Cipta :

Dalam memperoleh data, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in depth interviewing*). Berikut beberapa pertanyaan wawancara yang ditujukan untuk informan yang berbeda, sebagai berikut:

1. Apakah pemahaman konsumen sudah tercapai terkait mengenai kosmetik?
2. Bagaimana sikap perilaku konsumen pada produk kosmetik halal saat ini?
3. Apakah unit pemasaran menyadari perilaku konsumen saat ini lebih mementingkan *brand image* dibandingkan kualitas?
4. Apakah ada kesulitan atau kendala yang dihadapi dalam menjelaskan dalam sebuah produk kosmetik tersebut? Jika ada, apa saja kesulitan yang dihadapi?
5. Apa dan bagaimana solusi nya untuk bisa mengatasi menangani terkait produk kosmetik kesulitan tersebut?
6. Dalam kurangnya wawasan mengakses informasi masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal tentang pendapat tersebut. apakah baik atau media sosial itu sangat berperan penting dalam sebuah kosmetik?
7. Selama ini tanggapan apa saja dari pelanggan mengenai produk kosmetik halal? Apakah baik atau tidak? Coba bisa dijelaskan lebih spesifik.
8. Apakah pengguna kosmetik halal harus orang muslim?
9. Apa yang membuat yakin seorang pelanggan membeli produk kosmetik halal tersebut?
10. Selama ini setelah memakai produk kosmetik tersebut, hasil apa yang pelanggan dapatkan?
11. Menurut ibu/ mba, apa saja keunggulan dari produk kosmetik?
12. Apa saran dan kritik ibu tentang produk kosmetik?
13. Apa manfaat dan tujuan dari sebuah produk kosmetik?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama: Ida Diana (Informan 1)

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 :

Jabatan: **Pemimpin Diana Care**

Lokasi: **Jl. Situ Pitara Siwagandu, RT 05/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok Jawa Barat**

Waktu: **Senin, 15 Agustus 2022 (09.00-10.35 WIB)**

	Dialog
P	Sebelumnya perkenalkan, nama saya Zharfa dari Politeknik Negeri Jakarta prodi Administrasi Bisnis Terapan, angkatan 2018. Saya berterima kasih kepada Ibu Ida Diana karena sudah menyempatkan waktu nya dan bisa saya wawancarai.
N	Iya mba, silahkan
P	Jadi disini saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Bu terkait dengan skripsi saya yaitu analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB), lalu saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Ibu alasan saya mewawancarai Ibu dengan tema kecantikan. Karena Indonesia sekarang tentu nya sudah semakin berkembang sangat pesat. Sudah banyak juga perusahaan dan bahkan pelaku bisnis yang menggeluti di bidang kosmetik dikarenakan Indonesia merupakan salah satu industri pasar kosmetik yang cukup besar. Berdasarkan latar belakang saya konsumsi produk halal pada segmen pasar Muslim sebagian besar telah diabaikan. Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip prinsip dan nilai-nilai tertentu yang mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Namun, Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan

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

	antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian. Maka dari itu saya ingin menanyakan sebuah pertanyaan mengenai topik yang saya teliti tersebut.
N	Baik, silahkan mba
P	Jadi disini saya ingin bertanya Bu, Apakah pemahaman konsumen sudah tercapai terkait mengenai kosmetik yang ada di Indonesia?
N	Negara kita ini masih belum tercapai sesuai prosedur, oleh karena itu yang berkaitan dengan kosmetik sebenarnya masih dalam proses hingga sekarang saat ini. Diharapkan perusahaan seharusnya menayangkan iklan yang dapat menarik dan menginspirasi konsumen juga agar semuanya tuh tercapai.
P	Bagaimana sikap perilaku konsumen pada produk kosmetik halal saat ini?
N	Untuk konsumen kosmetik halal ini biasanya konsumen kosmetik halal itu menerima produk yang dibeli dengan pasti bersikap hati-hati terhadap segala produk yang dibeli kan apakah sudah bersertifikat halal atau tidak. Jadi seharusnya sikap kita tetap berperilaku baik dalam menanggapi hal tersebut.
P	Apakah unit pemasaran menyadari perilaku konsumen saat ini lebih mementingkan <i>brand image</i> dibandingkan kualitas?
N	Iyaa menyadari. Tentunya kualitas mempunyai nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan <i>brand image</i> yaa dikarenakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh unit pemasaran mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, maka dari itu unit pemasaran berusaha memfokuskan pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh unit



© 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

	pemasaran tersebut. Seperti itu yaa mba menurut saya.
P	Apakah ada kesulitan atau kendala yang dihadapi dalam menjelaskan sebuah produk kosmetik tersebut? Jika ada, apa saja kesulitan yang dihadapi?
N	Kesulitannya ini berupa kurangnya penyediaan alat untuk menjelaskan produk kosmetik tersebut lebih dalam.
P	Apa dan bagaimana solusinya untuk bisa mengatasi kesulitan dalam menangani terkait produk kosmetik tersebut?
N	Salah satu solusi dalam menangani terkait produk kosmetik ini seperti menyediakan alat-alat yang berhubungan dengan produk kosmetik yang sudah dijelaskan dipertanyaan sebelumnya ya.
P	Dalam kurangnya wawasan mengakses informasi masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal tentang pendapat tersebut. apakah baik atau tidaknya media sosial itu sangat berperan penting dalam sebuah kosmetik?
	Tentunya baik sekali yaa. Menurut saya sih media sosial itu sumber seluruh informasi dan akses-akses yang kita butuhkan. Dengan hal itu kita dapat mudah dan kebantu dengan media sosial tersebut. Sehingga penyampaian dalam informasi di sosial media ini dapat sampai ke khalayak termasuk kami.
P	Selama ini tanggapan apa saja dari pelanggan mengenai produk kosmetik halal? Apakah baik atau tidak? Coba bisa dijelaskan lebih spesifik
N	Kalau menurut pribadi saya yaa, pelanggan saya pernah cerita ke saya bahwa beliau yang tadi nya gamau ribet pakai kosmetik jadi sekarang beliau menjadi cantik dan terawat. Sehingga tanggapan nya setelah itu



© 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

	kosmetik sangat baik untuk digunakan. Selain banyak manfaat dan tujuannya seperti apa sehingga pelanggan kami pun sudah berlangganan dengan kami.
P	Apakah pengguna kosmetik halal harus orang muslim?
N	Kosmetik halal sangat diperbolehkan untuk muslim dan non muslim yaa mba.
P	Apa yang membuat yakin seorang pelanggan membeli produk kosmetik halal tersebut?
N	Yang membuat seorang pelanggan yakin untuk membeli yaitu adanya pengaruh sosial, seperti sarannya keluarga, orang terdekat, atau teman yang sudah membeli produk kosmetik halal tersebut.
P	Selama ini setelah memakai produk kosmetik tersebut, hasil apa yang pelanggan dapatkan...
N	Tentu nya sangat senang ya mba, dikarenakan respon yang sangat baik dan positif oleh pelanggan saya alhasil sangat baik dan cocok.
P	Menurut ibu, apa saja keunggulan dari produk kosmetik?
N	Untuk salah satu keunggulannya seperti pelanggan bisa mencoba berbagai macam produk.
P	Apa saran dan kritik ibu tentang produk kosmetik?
N	Adanya informasi para pengguna kosmetik di berbagai Kota-kota agar dapat terus mencari informasi sebanyak-banyaknya akan produk yang akan digunakan dan lebih berhati-hati dalam pemilihan dan penggunaan kosmetik tersebut. Oleh karena semakin beragam produk yang muncul dipasaran dengan berbagai manfaatnya, diharapkan pengguna tidak menghiraukan terjadinya efek-efek negatif yang dapat mengganggu



© 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

	kesehatan kulit yang diakibatkan oleh produk-produk kosmetik tersebut.
P	Apa manfaat dan tujuan dari sebuah produk kosmetik?
N	Untuk manfaat nya itu dapat membantu <i>skin barrier</i> yang rusak, mengobati iritasi, membuat kulit menjadi lebih terjaga dan sehat dan masih banyak lainnya manfaat positif. Untuk tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat untuk membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.





Hak Cipta :

Nama: Fitriana Lestari Utami (Informan 2)

Jabatan: Manager

Lokasi: Jl. Situ Pitara Siwagandu, RT 05/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok Jawa Barat

Waktu: Kamis, 18 Agustus 2022 (17.19- 18.00 WIB)

Dialog	
P	Selamat sore, sebelumnya perkenalkan nama saya Zharfa, dari Politeknik Negeri Jakarta prodi Administrasi Bisnis Terapan, angkatan 2018. Saya berterima kasih kepada mba fitriana lestari utami karena sudah menyempatkan waktu nya dan mau saya wawancarai.
N	Selamat sore zharfa, terima kasih untuk saya menjadi narasumber.
P	Jadi disini saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya mba terkait dengan skripsi saya yaitu analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB), lalu saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya alasan saya mewawancarai dengan tema kecantikan. Karena Indonesia sekarang tentu nya sudah semakin berkembang sangat pesat. Sudah banyak juga perusahaan dan bahkan pelaku bisnis yang menggeluti di bidang kosmetik dikarenakan Indonesia merupakan salah satu industri pasar kosmetik yang cukup besar. Berdasarkan latar belakang saya konsumsi produk halal pada segmen pasar Muslim sebagian besar telah diabaikan. Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip prinsip dan nilai-nilai tertentu yang

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



© 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

	mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Namun, Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian. Maka dari itu saya ingin menanyakan sebuah pertanyaan mengenai topik yang saya teliti tersebut.
N	Baik, silahkan
P	Jadi disini saya ingin bertanya mba, Apakah pemahaman konsumen sudah tercapai terkait mengenai kosmetik yang ada di Indonesia?
N	Bagi saya belum tercapai sesuai prosedur, oleh karena itu semua yang berkaitan mengenai kosmetik pun sebenarnya masih proses. Diharapkan perusahaan seharusnya menayangkan iklan yang dapat menarik dan menginspirasi konsumen juga agar semuanya tuh tercapai.
P	Bagaimana sikap perilaku konsumen pada produk kosmetik halal saat ini? apakah sudah sesuai dengan harapan?
N	Biasanya konsumen kosmetik halal, termasuk saya juga ya itu dapat menerima produk yang dibeli dengan adanya penerimaan maksud yang positif ini dikarenakan kita beli produk halal maka kita pasti bersikap hati-hati dengan produk yang dibel, apakah sudah bersertifikat halal atau belum, gitu. Kebetulan kali ini kan kosmetik karena konsumen muslim pasti kan pedoman kitab nya dalam bersikap, jadi ya sikap muslim pada umumnya harus berperilaku baik dalam menanggapi suatu dan harus bijak juga.
P	Apakah unit pemasaran menyadari perilaku konsumen saat ini lebih mementingkan <i>brand image</i> dibandingkan kualitas?
N	Kalau menurut saya sih menyadari. Berhubung dengan <i>brand image</i> tentunya orang yang menggunakan produk akan mendapatkan kesan



© 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

	<p>pertama melihat <i>review-review</i> dari orang-orang yang sudah menggunakan sebelumnya, bahwa kualitas dari produk ini membuahkan hasil dari <i>brand image</i> ini dapat membangun persepsi yang baik dari calon konsumen terhadap produk, menurut saya. Nah untuk itu konsumen cenderung melihat tampilan produk dan <i>review-review</i> dari konsumen lain, keunikan produk juga termasuk seberapa terkenal nya produk tersebut dipasaran, sehingga konsumen yang terpicat dengan produk yang tertarik adakah dari konsumen yang mencoba produk ini terlebih dahulu dengan <i>brand image</i> yang baik. Kurang lebih nya seperti itu menurut saya.</p>
P	<p>Apakah ada kesulitan atau kendala yang dihadapi dalam menjelaskan dalam sebuah produk kosmetik tersebut? Jika ada, apa saja kesulitan yang dihadapi?</p>
N	<p>Mungkin menurut saya kendali nya itu ada, contohnya seperti pelanggan yang menanyakan barang yang belum ada dan membuat staf kebingungan dengan sikap yang sulit ditebak, seperti itu.</p>
P	<p>Apa dan bagaimana solusinya untuk bisa mengatasi kesulitan dalam menangani terkait produk kosmetik tersebut?</p>
N	<p>Memang ada yang bertanya tentang produk. Tentang produk itu kami, mungkin akan dijelaskan, karena pihak beberapa konsumen yang belum paham ini produk untuk apa terus seperti apa atukah memang semuanya memakai produk ini, seperti itu.</p>
P	<p>Dalam kurangnya wawasan mengakses informasi masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal tentang pendapat tersebut. apakah baik atau tidaknya media sosial itu sangat berperan penting dalam sebuah kosmetik?</p>
N	<p>Bagi saya media sosial itu mempunyai peran penting ya dikarenakan</p>



© 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

	dengan mengakses sosial dapat membantu banyaknya informasi mengenai kosmetik-kosmetik yang tadinya kita gatau jadi kita punya informasi yang lebih banyak lagi lewat sosial media soal kosmetik gitu.
P	Selama ini tanggapan apa saja dari pelanggan mengenai produk kosmetik halal? Apakah baik atau tidak? Coba bisa dijelaskan lebih spesifik
N	Produk kosmetik halal baik digunakan dan dalam segi agama maupun kesehatan. Rata-rata merek kosmetik halal berasal dari dalam negeri dan tidak kalah juga kualitas dengan <i>brand-brand</i> terkenal asal luar negeri.
P	Apakah pengguna kosmetik halal harus orang muslim?
N	Sebenarnya non muslim pun bisa dan diperbolehkan menggunakan produk kosmetik halal karena sudah terjamin aman dan kualitasnya juga sudah terjamin baik.
P	Apa yang membuat yakin seorang pelanggan membeli produk kosmetik halal tersebut?
N	Menurut saya yang membuat pelanggan yakin membeli dikarenakan mendapat dorongan seperti misalnya promo- promo atau pengenalan produk terus kemudian juga <i>review-review</i> dari sebelumnya yang telah di berikan oleh orang yang sudah menggunakan produk tersebut gitu terus kosmetik berlabel halal tersebut masuk kedalam tindakan afeksi. Kemudian memaknai kosmetik berlabel halal sebagai suatu promosi seperti yang saya bilang tadi namun selain juga menganggap bahwa kosmetik berlabel halal itu juga aman 100% aman dan berkualitas baik untuk digunakan.
P	Selama ini setelah memakai produk kosmetik tersebut, hasil apa yang pelanggan dapatkan...



© 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

N	Hasilnya pelanggan pun lebih percaya diri dengan kecantikannya setelah memakai kosmetik tersebut yaa.
P	Menurut mba, apa saja keunggulan dari produk kosmetik?
N	Di Indonesia sih produk ditengah air itu pasti punya keunggulan seperti adanya kandungan dari bahan alami dengan tingkat keamanan yang baik sama seperti kita tau juga kan sumber daya di Indonesia ini banyak kan jadi kita bisa memanfaatkan sumber daya alam ini untuk keperluan kosmetik, dengan <i>brand</i> lokal seperti itu. Ada produk kosmetik juga di Indonesia juga umumnya dibuat dari bahan alami yang cocok untuk masyarakat di daerah iklim tropis seperti itu.
P	Apa saran dan kritik tentang produk kosmetik?
N	Sebaiknya hal tersebut membagikan produk contoh atau <i>tester</i> dulu ya kepada konsumen sehingga mereka <i>brand</i> untuk tidak hanya sekedar tau tapi <i>brand</i> nya untuk mencoba juga dan produk yang diharapkan konsumen menyukainya dan memiliki keinginan untuk mencari serta memutuskan untuk membeli pada akhirnya.
P	Apa manfaat dan tujuan dari sebuah produk kosmetik?
N	Untuk manfaatnya itu seperti pastinya merawat kesehatan ya, merawat kecantikan, kesehatan luar dan dalam, kecantikan untuk penampilan, perbaiki ataupun merawat agar lebih percaya diri sesuai kondisi para konsumen. Kalau untuk tujuan menurut saya itu seperti untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui <i>make up</i> , meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit juga dari paparan sinar matahari dan lain- lain.



Hak Cipta :

Nama: Syarifah Yunia (Informan 3)

Jabatan: Keuangan

Lokasi: Jl. Gang Bumi Pancoran Mas 3, RT 01/017, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat

Waktu: Selasa, 16 Agustus 2022 (13.00- 15.00 WIB)

Dialog	
	Sebelumnya perkenalkan, nama saya Zharfa dari Politeknik Negeri Jakarta prodi Administrasi Bisnis Terapan, angkatan 2018. Saya berterima kasih sama mba karena sudah menyempatkan waktu nya dan mau saya wawancarai.
N	Iya mba, silahkan
P	Jadi disini saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Bu terkait dengan skripsi saya yaitu analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB), lalu saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Ibu alasan saya mewawancarai Ibu dengan tema kecantikan. Karena Indonesia sekarang tentu nya sudah semakin berkembang sangat pesat. Sudah banyak juga perusahaan dan bahkan pelaku bisnis yang menggeluti di bidang kosmetik dikarenakan Indonesia merupakan salah satu industri pasar kosmetik yang cukup besar. Berdasarkan latar belakang saya konsumsi produk halal pada segmen pasar Muslim sebagian besar telah diabaikan. Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip prinsip dan nilai-nilai tertentu yang

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

	mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Namun, Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian. Maka dari itu saya ingin menanyakan sebuah pertanyaan mengenai topik yang saya teliti tersebut.
	Baik, silahkan mba
	Jadi disini saya ingin bertanya, Apakah pemahaman konsumen sudah tercapai terkait mengenai kosmetik yang ada di Indonesia?
	Belum tercapai. Makanya kenapa seperti perusahaan diluaran sana seharusnya memberikan informasi-informasi lebih jelasnya, seperti iklan di sosial media membuat konten di youtube agar dapat menarik minat dan inspirasi, si konsumen agar tujuan pemahaman konsumen itu terpenuhi.
P	Bagaimana sikap perilaku konsumen pada produk kosmetik halal saat ini?
N	Seperti halnya kegiatan konsumsi, karena hal tersebut sangat menentukan diterima atau ditolaknya amal ibadah oleh Allah. Jika apa yang dikonsumsi atau digunakan itu suci atau halal, maka amal ibadah itu diterima Allah SWT.
P	Apakah unit pemasaran menyadari perilaku konsumen saat ini lebih mementingkan <i>brand image</i> dibandingkan kualitas?
N	Sangat menyadari. Dari <i>brand image</i> ini tentunya dapat membangun persepsi yang sejalan dengan konsumen. Seperti adanya <i>review-review</i> dari konsumen lain, atau terkenal nya dari sebuah produk kosmetik tersebut sehingga calon pembeli merasa tertarik akan hal tersebut.
P	Apakah ada kesulitan atau kendala yang dihadapi dalam menjelaskan

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 :

	dalam sebuah produk kosmetik tersebut? Jika ada, apa saja kesulitan yang dihadapi?
	Kalau bagi kami kendala nya seperti sulitnya mendapat produsen yang mau menyediakan produk sampel, membuat kuota peminat dan ketersediaan sampel tidak sejalan.
	Apa dan bagaimana solusi nya untuk bisa menangani terkait produk kosmetik dalam mengatasi kesulitan tersebut?
	Dengan kita lebih sigap dan tanggap akan kesulitan tersebut dan dengan mencari jalan keluar seperti berdiskusi dengan pihak yang lebih paham akan hal kosmetik.
P	Dalam kurangnya wawasan mengakses informasi masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal tentang pendapat tersebut. apakah baik atau tidaknya media sosial itu sangat berperan penting dalam sebuah kosmetik?
N	Sangat berpengaruh baik. Pelanggan pun perlu membutuhkan pengalamannya seperti di industri kecantikan saat ini. Mereka rela membayar lebih untuk <i>brand</i> yang menyediakan personalisasinya lebih tinggi. Yang pada dasarnya, hal tersebut membuktikan peran media sosial membawa dampak baik di dunia industri kecantikan.
P	Selama ini tanggapan apa saja dari pelanggan mengenai produk kosmetik halal? Apakah baik atau tidak? Coba bisa dijelaskan lebih spesifik
N	Dalam produk kosmetik halal ini sangat baik digunakan untuk kecantikan dan kesehatan tubuh diri kita. Selain itu produk kosmetik halal ini sangat beragam berbagai <i>brand</i> merek seperti kosmetik halal wardah, emina, erha dll yang sudah banyak peminat nya.

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



© 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

	Apakah pengguna kosmetik halal harus orang muslim?
	Ga juga mba, karena kosmetik halal pun ini sudah diuji keamanannya sehingga baik konsumen muslim non muslim boleh menggunakannya.
	Apa yang membuat yakin seorang pelanggan membeli produk kosmetik halal tersebut?
	Dikarenakan sudah teruji keamanannya seperti adanya label halal konsumen akan percaya dengan kosmetik tersebut.
	Selama ini setelah memakai produk kosmetik tersebut, hasil apa yang pelanggan dapatkan...
N	Wah mba, saya sendiri yang merasakan saja merasa percaya diri banget karena kebantu dengan produk tersebut, yang saya pakai juga kebetulan sesuai sama apa yang saya butuh dengan kondisi kulit dan wajah saya.
P	Menurut mba, apa saja keunggulan dari produk kosmetik?
N	Ada nya BPOM atau sertifikasi halalnya. BPOM dan label halal memang cukup penting untuk sebagian para wanita yang tinggal di Indonesia, sehingga banyak <i>brand</i> lokal yang memproduksi kosmetik dengan bahan-bahan dan proses yang dijamin halal dan memiliki sertifikasi resmi dari MUI.
P	Apa saran dan kritik mba tentang produk kosmetik?
N	Sebaiknya dapat mempertahankan kualitas produk karena merupakan peluang dan keunggulan bersaing dalam membangun ekuitas merek yang kuat di para pelanggan. Tentunya jika hal tersebut dipertahankan, merek <i>Diana Care</i> akan menjadi merek yang dipercaya oleh konsumen.
P	Apa manfaat dan tujuan dari sebuah produk kosmetik?



© 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

Pada umumnya manfaat kosmetik ini seperti halnya sudah pasti membuat konsumen semakin cantik, merubah penampilan orang juga dan juga membuat si konsumen ini semakin percaya diri dari segi penampilan. Untuk tujuannya ini salah satunya seperti melindungi kulit dari pengaruh-pengaruh luar yang merusak misalnya sinar matahari, dan perubahan cuaca.





Hak Cipta :

Nama: Devi Apriliani (Informan 4)

Jabatan: Operasional

Lokasi: Perumahan Mutiara Cagar Alam 2, RT 01/ 017, Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat

Waktu: Rabu, 17 Agustus 2022 (10.00-11.39 WIB)

	Dialog
P	Sebelumnya perkenalkan, nama saya Zharfa dari Politeknik Negeri Jakarta prodi Administrasi Bisnis Terapan, angkatan 2018. Saya berterima kasih sama Ibu karena sudah menyempatkan waktu nya dan mau saya wawancarai.
N	Iya mba, silahkan
P	Jadi disini saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Bu terkait dengan skripsi saya yaitu analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB), lalu saya akan menjelaskan terlebih dahulu ya Ibu alasan saya mewawancarai Ibu dengan tema kecantikan. Karena Indonesia sekarang tentu nya sudah semakin berkembang sangat pesat. Sudah banyak juga perusahaan dan bahkan pelaku bisnis yang menggeluti di bidang kosmetik dikarenakan Indonesia merupakan salah satu industri pasar kosmetik yang cukup besar. Berdasarkan latar belakang saya konsumsi produk halal pada segmen pasar Muslim sebagian besar telah diabaikan. Bagi konsumen Muslim, sangat penting untuk mengetahui kategori produk yang mereka beli maupun gunakan apakah halal atau haram Karena pada kenyataannya masih ditemukan bahwa konsumen tidak mendapat akses informasi yang cukup mengenai sertifikasi halal ataupun merek halal. Padahal pasar Muslim merupakan pasar yang relatif homogen karena ada prinsip prinsip dan nilai-nilai tertentu yang

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

	mengikat semua konsumen Muslim secara bersama-sama. Namun, Di sisi lain terdapat kurangnya wawasan masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal seperti kesadaran akan produk halal dan sertifikasi halal dengan minat pembelian. Maka dari itu saya ingin menanyakan sebuah pertanyaan mengenai topik yang saya teliti tersebut.
N	Baik, silahkan mba
P	Jadi disini saya ingin bertanya Bu, Apakah pemahaman konsumen sudah tercapai terkait mengenai kosmetik yang ada di Indonesia?
N	Belum sih mba kalau menurut bagi saya. Karena di Indonesia pun pemahaman tentang kosmetik memang harus perlu dipelajari lagi.
P	Bagaimana sikap perilaku konsumen pada produk kosmetik halal saat ini? apakah sudah sesuai dengan harapan?
N	Sudah mba, sehingga konsumen pun lebih banyak yang menggunakan produk halal dan BPOM saat sekarang ini.
P	Apakah unit pemasaran menyadari perilaku konsumen saat ini lebih mementingkan <i>brand image</i> dibandingkan kualitas?
N	Setau saya yang saya lihat, disini <i>brand image</i> sangat berpengaruh dikarenakan adanya <i>review-review</i> dari konsumen sebelumnya yang sudah <i>diendorse</i> dikalangan <i>youtube, instagram</i> atau promosi-promosi <i>diplatform</i> lainnya. Pengaruhnya itu sangat besar sehingga daya tarik minat pun sangat berkembang pesat.
P	Apakah ada kesulitan atau kendala yang dihadapi dalam menjelaskan dalam sebuah produk kosmetik tersebut? Jika ada, apa saja kesulitan yang dihadapi?
N	Kesulitannya seperti masih kurangnya wawasan sehingga kurang



© 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

	jelasan dalam menjelaskan produk kosmetik kepada si konsumen ini.
P	Apa dan bagaimana solusinya untuk bisa mengatasi kesulitan tersebut? Dan, berhasil atau tidak?
N	Sepertinya perlu adanya pelatihan tiap minggu nya atau dijadwalin rutin dan tetap konsisten.
P	Dalam kurangnya wawasan mengakses informasi masyarakat mengenai hubungan antara konsep halal tentang pendapat tersebut. apakah baik atau tidaknya media sosial itu sangat berperan penting dalam sebuah kosmetik?
N	Menurut pandangan saya kurangnya wawasan dalam mengakses informasi kecendrungan media sosial itu berpengaruh dan saling menguntungkan satu sama lain, seperti penjual mempromosikan di sosial media lalu si konsumen ini membeli dengan sesuai kebutuhan kulit dan wajahnya si konsumen sehingga mengalami adanya perubahan yang baik kepada si konsumen.
P	Selama ini tanggapan apa saja dari pelanggan mengenai produk kosmetik halal? Apakah baik atau tidak? Coba bisa dijelaskan lebih spesifik
N	Selama ini tanggapan yang saya dengar baik-baik yaa mba karena pelanggan ini sudah membeli berulang kali dan mendapatkan hasil yang sesuai sama keinginan kita.
P	Apakah pengguna kosmetik halal harus orang muslim?
N	Walah ga juga mba, banyak kok non muslim yang menggunakan produk halal dan mereka pun baik-baik saja dalam menggunakannya dan sudah percaya juga bahwa produk halal ini sudah pastinya aman.



© 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

P	Apa yang membuat yakin seorang pelanggan membeli produk kosmetik halal tersebut?
N	<i>Review-review</i> dikolom komentar, ada hal lainnya juga omongan dari omongan yang baik sehingga konsumen pun ingin mencoba dan tertarik untuk membeli nya.
P	Selama ini setelah memakai produk kosmetik tersebut, hasil apa yang pelanggan dapatkan
N	Ini <i>part</i> yang saya suka, pelanggan pun membuahkan hasil yang baik dan positif, dengan pendapat mereka memakai yang rutin memang membutuhkan waktu yang lama tapi dengan bersabar hasilpun membuahkan hasil yang sesuai harapan mereka.
P	Menurut mba, apa saja keunggulan dari produk kosmetik?
N	Keunggulannya seperti, dengan menggunakan kosmetik lokal, saya pun sendiri sudah mendukung kemajuan industri kecantikan negeri sendiri. Sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, sudah seharusnya produk-produk lokal menjadi tuan di rumahnya sendiri. Hal tersebut tentu akan menguntungkan perkembangan perekonomian dalam negeri dalam jangka panjang. Seperti itu mba menurut saya.
P	Apa saran dan kritik ibu tentang produk kosmetik
N	Dalam meningkatkan loyalitas konsumen, perusahaan sebaiknya membangun kepercayaan dari konsumen tidak hanya dengan kualitas, tetapi juga dengan adanya hubungan pelanggan sehingga konsumen memiliki koneksi dengan produk yang digunakannya dan melakukan pembelian berulang kali.
P	Apa manfaat dan tujuan dari sebuah produk kosmetik



N Kalau ditanya apakah kosmetik bermanfaat tentu saja benar begitu ya mba. Dengan peran kosmetik maka jenis kosmetik ini selain sebagai alat rias juga untuk memperbaiki kondisi kulit. Dan tujuannya itu selain untuk kebersihan pribadi dan juga meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, seperti itu yaa mba zharfa.

© 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 3 Curriculum Vitae

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



Zharfa Shabrina
Depok, 18 Mei 2000

☎ 087888150048
✉ zharfa.shabrina39@gmail.com
📍 Depok, Indonesia

PENGALAMAN

zhasha_id

06/2022 - Saat ini

- Mengelola dan membuat konten mingguan
- Membuat perencanaan bisnis

Organization

Karang Taruna (Staff Komunikasi & Informasi)

04/2021 - Saat ini

- Memfasilitasi konsumsi peserta
- Membuat perencanaan konsumsi acara

Organization

Seminar ABT PNJ

11/2018 - Saat ini

- Mempelajari pengelolaan SDM
- Menyelesaikan tugas proyek SDM

Organization

Masinis Terapan PNJ

10/2018 - Saat ini

- Mmemfasilitasi konsumsi peserta
- Membuat perencanaan konsumsi acara

Internship

PT PP Infrastruktur (Human Resources Division HC & GA Officer)

08/2021 - 11/2021

Departemen yang mengatur tentang sumber daya manusia dan segala sesuatu yang berhubungan dengan legal dan relasi perusahaan.

Organization

Bisnis Festival Prodi Administrasi Bisnis Terapan

12/2020 - 01/2021

- Bertanggung jawab dalam membuat konten sosial media
- Mengkoordinasikan satu divisi ke divisi lain

KETRAMPILAN

Time Management	Menengah
Administration	Dasar
Teamwork and Individual	Menengah
Interpersonal Skill	Menengah

BAHASA

English	Dasar
---------	-------

PENDIDIKAN

Administrasi Bisnis Terapan
Politeknik Negeri Jakarta

2022

D4

IPS

SMA Negeri 1 Depok

2018



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Dokumentasi

Informan 1 Ida Diana



Informan 2 Fitriana Lestari Utami



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



© Hak Ciptaan

Informan 3 Syarifah Yunia



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

Informan 4 Devi Apriliani





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

**LAPORAN PERSEDIAAN BARANG
SALON DINAR FACE**

TANGGAL	KETERANGAN	DAY CREAM	NIGHT CREAM 1	NIGHT CREAM 2	SERUM	SABUN	BODY BUTTER	MASKER
051	Pepe	14/6	7/7					
052	Pupoh	14/6	8					
053	MM An	11/6	21/6					
054	Aika	11/6	21/6	08/8	6/7			
055	Eka	25/6	6/8					
056	Gita	05/6						
057	Adela	10/6	26/6	4/8				
058	Nung	1/8						
059	Zena	1/8						
060	Titl	3/8						
061	Elwo	3/8	8/8	15/8	23/8			
062	Ria	3/8						
063	Rini	3/8						
064	Jana	3/8						
065	Pipit	3/8						
066	Mm Gila	0/8						
067	Mm Zahra	11/8						
068	HAN	11/8						
069	ELA	23/8						

DINAR FACE

No	Nama	Alamat	CR1	LSR	STRK	FCI	MSK	KET.
8	Dinda	Bgt					✓	Topeng
9	Rahmah	Bgt					✓	
10	Hur	Kav					✓	

Sani
37 Bismillah

Sabtu, 29 Mei 21

1	Eka	Kav Ling					✓	
2	lia	Ciganjur					✓	
3	Lilis	Ciledug					✓	Topeng
4	Jani	Kav					✓	
5	Ibu Ratih	Kav					✓	Topeng
6	M Teti	Pan Mas					✓	Topeng

Sani
37 Bismillah

Minggu 30 Mei 21

1	Ibu An	Pulo					✓	topeng
2	Piano	Pw Geni					✓	Topeng
3	Dina	Kav					✓	Topeng

Sani
40





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 5 Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam pengamatan observasi yang dilakukan adalah melihat suatu kondisi atau keadaan di *Diana Care* pada analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), sebagai berikut:

A. Tujuan

Untuk memperoleh informasi dan data fisik ataupun non fisik tentang analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik bersertifikat halal berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB).

B. Aspek yang diamati

1. Kosmetik halal pada klinik *Diana Care*
2. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) pada klinik *Diana Care*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**