

**PENGARUH PENGETAHUAN KOSMETIK, RELIGIUSITAS
DAN KEHALALAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM
MENDORONG MINAT BELI KOSMETIK WARDAH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Megawati

NIM : 43113010067

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Megawati
NIM : 43113010067
Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Februari 2017



Megawati

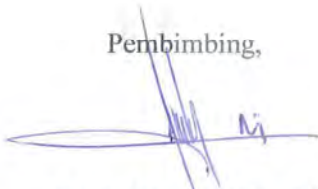
NIM: 43113010067

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Megawati
NIM : 43113010067
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Kosmetik, Religiusitas dan Kehalalan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Mendorong Minat Beli Kosmetik Wardah
Tanggal Lulus Ujian : 31 Januari 2017

Disahkan Oleh:

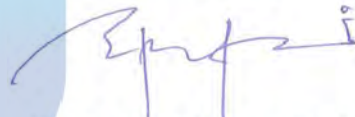
Pembimbing,



Endi Rekarti, SE., ME

Tanggal : 2 Februari 2017

Ketua Penguji



Erna S. Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal : 2 Februari 2017

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 2 Februari 2017

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 2 Februari 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Kosmetik, Religiusitas dan Kehalalan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Mendorong Minat Beli Kosmetik Wardah”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Endi Rekarti, SE. ME selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian terutama kepada:

1. Keluarga besar penulis terutama kedua orang tua tercinta (H.M.Guntur Musama dan Hj. Musanah) yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral serta material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam

penyelesaian penelitian ini. Peran keduanya sungguh sangat berarti bagi peneliti.

2. Kakakku (Nur Amalia Sari dan Muhammad Noval) yang selalu memberi semangat, doa dan perhatian serta menginspirasi peneliti selama ini.
3. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Jajaran program studi Manajemen S1, Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Kaprodi Manajemen S1, Bapak Mochamad Soelthon, S.Psi., MM dan Ibu Ryani Dhyhan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I Dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
7. Untuk Para Sahabat dan Teman-Teman: Dessy, Sulastri, Andrena, Fitri, Yholanda, Ririn, Irmah, Miyo, Widia, Graphite, Putri dan Zulia, terima-kasih atas doa, semangat dan kebersamaannya.
8. Untuk Teman-teman satu bimbingan: Ana, Rafky, Mariya, Aliyah, Eka, yang saling memberikan semangat dan saling membantu dalam menyusun penelitian.

9. Untuk Sahabat Kecilku: Fasha, Fya, Tia, Tias, Ardi, Romadhon, Adi, Lutfi dan Abi yang selalu memberikan saya kebahagiaan, serta motivasi pada penulis.
10. Seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2013 yang telah memberikan semangat kepada penulis.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Januari 2017

Megawati

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN RERANGKA PEMIKIRAN	
A. Kajian Pustaka	12
1. Pengetahuan Kosmetik	12
a. Pengertian Pengetahuan.....	12
b. Pengetahuan Produk	14
c. Pengetahuan Kosmetik	14
d. Indikator Pengetahuan Kosmetik	15
2. Religiusitas.....	16
a. Pengertian Religiusitas	16
b. Indikator Religiusitas.....	17

3. Kehalalan	19
a. Pengertian Halal	19
b. Kehalalan	20
c. Indikator Kehalalan	21
4. Sikap Konsumen	22
a. Pengertian Sikap.....	22
b. Indikator Sikap	23
5. Minat Beli	24
a. Pengertian Minat Beli	24
b. Indikator Minat Beli	25
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Hipotesis.....	29
D. Rerangka Pemikiran.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	33
1. Definisi Variabel	33
2. Operasional Variabel.....	34
D. Skala Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
1. Populasi Penelitian	37
2. Sampel Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	39
3. Metode Statistik	41
4. Tahap-Tahap dalam SEM	42
5. Uji Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
2. Karakteristik Profil Responden.....	51
a. Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Kosmetik Wardah.....	51
b. Deskriptif Responden Berdasarkan Pengeluaran Kosmetik Untuk Perbulan	52
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	53
C. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel	58
1. Hasil Uji Validitas Variabel.....	58
2. Hasil Uji Realibilitas Variabel.....	66
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	67
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	67
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	69
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	70
4. Model Struktural (<i>Standardized Solution</i>).....	73
E. Analisis Hasil Penelitian	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA	84
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama	3
Tabel 1.2. Tingkat Penjualan Industri Kosmetik di Indonesia	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert	36
Tabel 3.3. <i>Goodness of Fit Index</i>	46
Tabel 4.1. Lama Pemakaian Kosmetik Wardah	51
Tabel 4.2. Pengeluaran Untuk Kosmetik Perbulan.....	52
Tabel 4.3. Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Kosmetik	53
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas	54
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif Variabel Kehalalan	56
Tabel 4.6. Analisis Deskriptif Variabel Sikap Konsumen	57
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Kosmetik Wardah.....	58
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kosmetik	59
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Religiusitas.....	61
Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel Kehalalan	62
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen.....	64
Tabel 4.12. Uji Validitas Variabel Minat Beli Kosmetik Wardah.....	65
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Penelitian	66
Tabel 4.14. Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Keseluruhan.....	67
Tabel 4.15. Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian (T-Value).....	69
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Penjualan Kosmetik di Indonesia 3 Tahun Terakhir	8
Gambar 2.1. Rerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1. Model Pengukuran Variabel Pengetahuan Kosmetik	59
Gambar 4.2. Model Pengukuran Variabel Religiusitas	60
Gambar 4.3. Model Pengukuran Variabel Kehalalan	62
Gambar 4.4. Model Pengukuran Variabel Sikap Konsumen	63
Gambar 4.5. Model Pengukuran Variabel Minat Beli Kosmetik Wardah.....	64
Gambar 4.6. Model Pengukuran Keseluruhan	67
Gambar 4.7. Model Kecocokan Struktural (T-Value)	69
Gambar 4.8. Model Struktural (<i>Standardized Solution</i>)	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	87
Lampiran 2. Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL).....	90
Lampiran 3. Hasil Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	93
Lampiran 4. Model Kecocokan Model Penelitian (T-Value).....	95

