

**PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *ATTITUDE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK  
KOSMETIK HALAL**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Leni Cintya Fadilah  
Nim : 43119010093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *ATTITUDE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK  
KOSMETIK HALAL**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Leni Cintya Fadilah

Nim : 43119010093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Leni Cintya Fadilah

Nim : 43119010093

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Juni 2023



Leni Cintya Fadilah

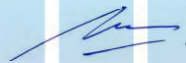
NIM : 43119010093

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Leni Cintya Fadilah  
NIM : 43119010093  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*, DAN  
*ATTITUDE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA  
PRODUK KOSMETIK HALAL  
Tanggal Lulus Ujian : 18 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 08232712



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *TRUST, PERCEIVED VALUE, DAN ATTITUDE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KOSMETIK HALAL**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada 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 terlaksana berkat bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M,Si, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Bapak dan Ibu dibagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Kepada kedua orang tua Bapak Warlan Sudiarto dan Ibu Suharti terima kasih untuk terus memotivasi serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan material maupun moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak motivasi untuk terus menimba ilmu.
8. Adik tercinta Wisnu Dwi Priyadi yang telah memberikan motivasi yang tiada henti untuk penulis.
9. Terima Kasih untuk sahabat Intan Karomah, Ika Maharani, Farhan, Rifaldy S, Riski Efendi, Rayanza Malik Ahmad sudah memberi semangat serta bantuannya kepada penulis.
10. Terima kasih untuk teman sejalan Siti Novi Nurcahyani, Delia Rahmawati, Alfina Dhea Nova, Mifthatul Hani, Khansa Labibah, dan Muhammad Milki Firdaus yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.

11. Teman satu kelompok bimbingan Muhammad Milki Firdaus dan Nadika Rosalia yang saling memberi bantuan serta dukungan kepada penulis.
12. Seluruh teman-teman Manajemen S1 2019 dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.



Jakarta, 15 Juni 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Leni Cintya Fadilah', is written over a faint circular stamp.

Leni Cintya Fadilah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Teori of Reasoned Action TRA.....	15
3. Definisi Variabel.....	16
a. <i>Trust</i> .....	16
b. <i>Perceived Value</i> .....	17
c. <i>Attitude</i> .....	18
d. <i>Purchase Intention</i> .....	19
4. Penelitian Terdahulu.....	21
B. Pengembangan Hipotesis.....	26



<b>BAB III</b> .....	<b>31</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
B. Desain Penelitian .....	31
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	32
1. Definisi Variabel.....	32
2. Operasional Variabel .....	34
D. Skala Pengukuran Variabel .....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
1. Populasi Penelitian.....	36
2. Sampel Penelitian.....	37
F. Jenis dan Data Penelitian .....	38
H. Metode Pengumpulan Data .....	39
I. Metode Analisis Data.....	40
1. Analisis Data.....	40
2. Analisis Partial Least Square .....	42
3. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS .....	42
<b>BAB IV</b> .....	<b>46</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Statistik Deskriptif.....	47
1. Deskripsi Responden .....	48
2. Deskripsi Variabel .....	53
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS) .....	57
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	57
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	64
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
1. Pengaruh Trust Terhadap Purchase Intention.....	68
2. Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention.....	68
3. Pengaruh Attitude Terhadap Purchase Intention .....	69

<b>BAB V</b> .....	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Prasurvey Purchase Intention Non Muslim Terhadap produk Kosmetik Halal.....	6
Tabel 2,1	Peneliti Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	35
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert .....	37
Tabel 4.1	Deskripsi Responden.....	49
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Trust</i> .....	54
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Perceived Value</i> .....	55
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Attitude</i> .....	56
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Convergent Validity .....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Discriminant Validity .....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Relibilitas .....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Fit .....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji Model Struktural .....	65
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Konsumen Kosmetik Halal di Dunia .....	1
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 3.1	Sampel Penelitian .....	39
Gambar 4.1	Hasil Uji Algoritma PLS .....	59
Gambar 4.2	Hasil Uji Output Bootstrapping PLS .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian .....	78
2	Hasil Jawaban Responden .....	83
3	Deskripsi Responden .....	104
4	Deskripsi Variabel .....	106
5	Hasil Uji Model Pengukuran .....	108
6	Hasil Uji Model Struktural .....	110

