

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP NIAT
BELI PRODUK SARIAYU PADA GENERASI Z**

SKRIPSI



Nama : Mega Amelia Putri

NIM : 43120010402

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP NIAT BELI PRODUK SARIAYU PADA GENERASI Z

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



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mega Amelia Putri

NIM : 43120010402

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Juli 2024



Mega Amelia Putri

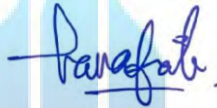
NIM 43120010402

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mega Amelia Putri
NIM : 43120010402
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Niat Beli Produk Sariayu Pada Generasi Z
Tanggal Sidang : 07 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244124



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Niat Beli produk Sariayu di Jabodetabek. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis kausal. Metode penelitian ini dilakukan dengan analisis memakai software Partial Least Square (Smart-PLS) versi 4.1.0.2 dengan sampel yang digunakan sebanyak 119 responden dengan metode pengambilan sample menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Beli, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* dan Niat Beli.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the Halal Label, Product Quality and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Intentions for Sariayu products in Jabodetabek. The type of research used in this research is quantitative and the research method used is causal analysis. This research method was carried out by analysis using Partial Least Square (Smart-PLS) software version 4.1.0.2 with a sample of 119 respondents using a sampling method using purposive sampling. The results of this research show that the Halal Label has a positive but not significant effect on Purchase Intention, Product Quality has a positive and significant influence on Purchase Intention and Electronic Word of Mouth (EWOM) has a positive and significant influence on Purchase Intention.

Keywords: *Halal Label, Product Quality, Electronic Word of Mouth and Purchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Beli Produk Sariayu Pada Generasi Z**”. Skripsi ini merupakan syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, M.M., PH.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Ali Hanafiah, S.E., M.M., DBA., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Muhamad, S.E., M.M., selaku Dosem Mata Kuliah Tugas Akhir yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Teristimewa kepada orang tua serta kakak-kakak penulis yang selalu mendukung, memberikan semangat dan mendoakan penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Muhamad Robby Firlyana, Hana Natania, Junarti Padilla, Putri Wahyuningrum yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi.
9. Teman satu bimbingan yaitu Nur Annisa, Renaldi Utama Djabbar, Aditya Ammar dan Andre Alfariysi yang selalu membantu dan mengingatkan satu sama lain.
10. Sahabat kecil yaitu Prischilla Jessica Natasya Putri yang selalu menghibur, memberikan dukungan serta semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi, serta do'anya.
12. Teruntuk diri saya sendiri yang telah berjuang dalam menyusun skripsi ini.

Dengan kerendahaan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Dengan segala

kerendahan diri, akhir kata penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 20 Juli 2024

Mega Amelia Putri



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	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka	19
1. Perilaku Konsumen	19
2. Niat Beli	21
3. Generasi Z	23
4. Produk Kosmetik	25
5. Manajemen Pemasaran	26
6. Label Halal	29
7. Kualitas Produk	31
8. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	32
9. Kajian Penelitian Terdahulu	34
B. Pengembangan Hipotesis	38
1. Pengaruh Label Halal Terhadap Niat Beli	38
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli	39
3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Niat Beli.	39
C. Kerangka Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43

C. Definisi dan Operasional Variabel	44
1. Definisi Variabel	44
2. Operasional Variabel	47
D. Skala Pengukuran	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	50
1. Populasi	50
2. Sampel	51
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Instrumen	53
3. Analisis Structural Equation Model (SEM)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Analisis Deskriptif	62
1. Hasil Analisis Deskripsi Responden	63
2. Hasil Analisis Deskripsi Variabel	65
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	69
1. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>).	69
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	81
1. Pengaruh Label Halal Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Produk Sariayu pada Generasi Z	82
2. Pengaruh Kualitas Produk Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Produk Sariayu pada Generasi Z	83
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Positif dan Signifikan terhadap Niat Beli Produk Sariayu pada Generasi Z	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Kosmetik	3
1.2	Financial Highlights Martina Berto	9
1.3	Data Hasil Pra Survei	15
2.1	Penelitian Terdahulu	34
3.1	Operasional Variabel	48
3.2	Instrumen Skala Likert	50
4.1.	Jenis Kelamin Responden	63
4.2	Agama Responden	63
4.3	Usia Responden	64
4.4	Wilayah Tempat Tinggal Responden	64
4.5	Pekerjaan Responden	65
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Label Halal	66
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	67
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM)	67
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Niat Beli	69
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> dan <i>Reliability Result</i>	70
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	72
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant-Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	74
4.13	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	75
4.14	Hasil Uji <i>Construct Reliability and Validity</i>	75
4.15	Hasill Uji Nilai <i>R-Square</i>	76

4.16	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (<i>f-square</i>)	77
4.17	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> (Q^2)	77
4.18	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	78
4.19	Hasil Uji Hipotesis	80
4.20	Hasil Uji Hipotesis <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Potensi Pasar Kosmetik	2
1.2	Grafik Pertumbuhan Kosmetik Halal Di Dunia	5
1.3	Kosmetik Yang Banyak Digunakan Masyarakat	6
1.4	Brand Positioning Martina Berto	8
1.5	Grafik Penjualan Sariayu	9
1.6	Daftar Populasi Generasi Z	11
2.1	Kerangka Konseptual	41
4.1	Hasil Algoritma PLS	71
4.2	Hasil Uji P-Value <i>Boostrapping</i>	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Pra Survei	98
2	Hasil Pra Survei	100
3	Kuesioner Penelitian	101
4	Hasil Output SPSS 26	105
5	Hasil Olahan Data SEM-PLS 4.1.0.2	107
6	Jawaban Responden	117

