

**PERSEPSI LABEL HALAL DAN BPOM PRODUK KOSMETIK
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN GENERASI Z**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



PATIKA DWI ANGGRAINI

1171001032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

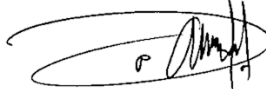
TAHUN 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Patika Dwi Anggraini

NIM : 1171001032

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2024

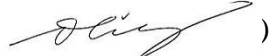
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Patika Dwi Anggraini
NIM : 1171001032
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Persepsi Label Halal dan BPOM Produk
Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang
Konsumen Generasi Z

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M ()

Penguji 1 : Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, MM ()

Penguji 2 : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 30 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

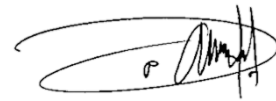
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan rahmat dan karunia penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Persepsi Label Halal dan BPOM Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Generasi Z”. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa cukup sulit tanpa bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, Ayah, Mama, Mba Tia, Bang Pandi, Gibran, Bima serta keluarga besar penulis yang telah mendukung dan memberikan dukungan baik materi maupun moral, serta mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, serta bimbingan yang sangat berguna untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ir. Aurino Rilman A. Djamaris, MM dan Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Segenap jajaran dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Genk Kampak, Xampiz, Ehhe, ABK yang telah membantu penulis untuk saling bertukar pikiran, memberikan saran-saran, dan memberikan dukungan serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman KM divisi Procurement dan FinCon yang selalu memberikan dukungan serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman – teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu – persatu yang mewarnai hidup penulis selama perkuliahan.
9. Semua pihak yang telah mengisi kuesioner untuk membantu penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penulis selanjutnya. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Jakarta, 30 Agustus 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is stylized and appears to read 'Patika Dwi Anggraini'.

Patika Dwi Anggraini

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Patika Dwi Anggraini
NIM : 1171001024
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Persepsi Label Halal dan BPOM Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Generasi Z

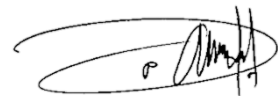
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti, Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Agustus 2024

Yang menyatakan



Patika Dwi Anggraini

**Persepsi Label Halal dan BPOM Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli
Ulang Konsumen Generasi Z**

Patika Dwi Anggraini

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang persepsi label halal dan BPOM produk kosmetik terhadap minat beli ulang konsumen generasi Z. Sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden. Teknik yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan dari populasi yang dilaksanakan secara acak tanpa memperdulikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya. Teknik uji yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian regresi logistik multinomial menggunakan SPSS 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi label halal, dan BPOM berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik.

Kata Kunci : Label Halal, BPOM, Minat Beli Ulang, Regresi Logistik Multinomial

*Perception of Halal Labels and BPOM for Cosmetic Products on Repurchase
Intention of Generation Z Consumers*

Patika Dwi Anggraini

ABSTRACT

This study aims to examine the perception of halal labels and BPOM for cosmetic products on repurchase intentions of generation Z consumers. The sample in this study was 120 respondents. The technique used is technique simple random sampling namely taking sample members based on the population which is carried out randomly without taking into account the strata in the population. The data in this study used a questionnaire in data collection. The test technique used in this research is the multinomial logistic regression research method using SPSS 29. The results of this research show that perceptions of the halal label and BPOM have no significant effect on interest in repurchasing cosmetic products.

Keywords : Halal Label, BPOM, Repurchase Intention, Multinomial Logistic Regression

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batas Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	9
2.1 Persepsi.....	9
2.2 Label Halal	10
2.3 BPOM.....	12
2.4 Minat Beli Ulang	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel.....	20
3.3 Sumber Data	21
3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	22
3.4.1 Variabel Penelitian	22
3.4.2 Operasional Variabel.....	22

3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6	Teknik Analisis Data	23
3.7	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	24
3.7.1	Uji Validitas	24
3.7.2	Uji Reliabilitas	24
3.7.3	Uji Regresi Logistik Multinomial	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil Analisis.....	28
4.1.1	Pre Test Kuesioner	28
4.1.2	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	30
4.1.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	32
4.1.4	Hasil Analisis Regresi Logistik Multinomial.....	36
4.2	Pembahasan	52
4.2.1	Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik 52	
4.2.2	Pengaruh BPOM Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik ...	53
4.2.3	Pengaruh Label Halal dan BPOM Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kosmetik	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Pre Test Kuesioner Variabel X	28
Tabel 4.2 Pre Test Kuesioner Variabel Y	29
Tabel 4.3 Pre Test Kuesioner Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	30
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Usia.....	31
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Agama.....	31
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pekerjaan	32
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Label Halal	33
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel BPOM	34
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	35
Tabel 4.11 Uji Kelayakan Model	37
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	38
Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji T)	38
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)	39
Tabel 4.15 Klasifikasi	40
Tabel 4.16 Uji Parameter	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Populasi Umat Islam di Dunia	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Produk Kebersihan dan Kecantikan di Indonesia	2
Gambar 1.3 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi	3
Gambar 1.4 Barang yang banyak dibeli Online Gen Z dan millennial	4
Gambar 1.5 Produk yang Mendapat Persetujuan Izin Edar Tahun 2024.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Kosmetik beredar tanpa label halal	53
Gambar 4.2 Kosmetik beredar tanpa izin edar BPOM	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	59
Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	65
Lampiran 4 : Regresi Logistik Multinomial	68