

**PENGARUH HALAL PRODUK KNOWLEDGE DAN
RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO
BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

**RIRIN AVRIANTI
NIM : 30401612409**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH HALAL PRODUK KNOWLEDGE DAN
RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO
BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

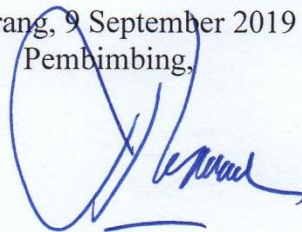
Disusun Oleh :

**RIRIN AVRIANTI
NIM : 30401612409**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat dilajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 9 September 2019

Pembimbing,



**Dr. Hendar, SE, M.Si
NIK. 210499041**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH HALAL PRODUK KNOWLEDGE DAN RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Disusun Oleh :

RIRIN AVRIANTI

Nim : 30401612409

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 20 September 2019

Susunan Dosen Penguji

Pembimbing

Dr. Hendar, SE, M.Si

Penguji 1

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

Penguji 2

Dr. Heru Sulisty, SE, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 20 September 2019



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ririn Avrianti

NIM : 30401612409

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENGARUH HALAL PRODUK KNOWLEDGE DAN RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 20 September 2019, adalah hasil penelitian saya.

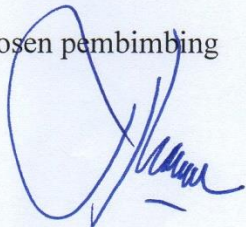
Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan Universitas dibatalkan.

Semarang, 20 September 2019

Yang Memberi Pernyataan

Dosen pembimbing



Dr. Hendar, SE, M.Si

NIK. 210499041



Ririn Avrianti

30401612409

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ririn Avrianti
NIM : 30401612409
Program Studi : Manajemen (S1) Transfer
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Dk. Bendo Ds. Bleboh RT 08 RW 01 Kec. Jiken Kab. Blora
No. Hp/Email : 085290684187/ririnaavrianti12@gmail.com

Dengan menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul **“PENGARUH HALAL PRODUCT KNOWLEDGE DAN RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalti untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dengan pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademisi selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari ada pelanggaran Hak Cipta, Plagiatisme dalam penulisan karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang ditimbulkan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 20 September 2019



Ririn Avrianti

30401612409

HALAMAN MOTTO

٦ يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ إِنَّ ٥ يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ

“Al-Insyirah (5-6)” : Surely with difficulty is easy. ٥ With difficulty is surely easy

- Man Jadda Wa Jada – Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan berhasil
- *Allah mengangkat orang yang beriman dari golonganmu dan juga orang-orang yang dikurniakan Ilmu Pengetahuan hingga beberapa derajat" (al-Mujadalah ayat 11)*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH HALAL PRODUK KNOWLEDGE DAN RELIGIUSITAS INTRINSIK TERHADAP INTENTION TO BUY KOSMETIK HALAL DENGAN HALAL AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

Skripsi ini penulis susun, guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Peran serta berbagai pihak turut menentukan terselesaikannya penulisan skripsi ini, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hendar, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan sepenuh hati bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam rangka menyusun skripsi ini.
2. Ibu Hj. Olivia F., SE, M.Si, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Adrian Adhiatma, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan pada Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

5. Bapak, Mak, Mbak ani, Mas ipul dan keponakan tercinta karena do'a – do'anya yang selalu mengalir di setiap shalat sehingga saya mendapatkan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini. Serta teman-teman Jarno yang selalu bersama dari awal kuliah sampai akhir kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang lebih baik. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Semarang, September 2019

Penulis,



RIRIN AVRIANTI

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang pengaruh Intention to buy kosmetik halal melalui Halal product knowledge, religiusitas intrinsic dan halal awareness. Intention to buy merupakan suatu sikap senang yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek atau barang yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan. Halal Awareness merupakan pengetahuan konsumen terkait tentang produk halal baik produk makanan ataupun produk yang lainnya. Halal Product knowledge merupakan pengetahuan konsumen secara menyeluruh terkait dengan suatu produk halal. Religiusitas intrinsic merupakan integrasi yang komplek terkait tentang kepercayaan yang ada dalam diri seseorang. Halal Awareness menjadi hal penting dalam menciptakan intention to buy kosmetik halal, semakin tinggi halal awareness individu maka akan semakin meningkatkan intention to buy kosmetik halal. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh Halal Product Knowledge terhadap Halal Awareness pada pembelian kosmetik? (2) Bagaimana pengaruh Religiusitas Intrinsik terhadap Halal Awareness pada pembelian kosmetik? (3) Bagaimana pengaruh Produk Knowledge terhadap Intention to buy pada pembelian kosmetik? (4) Bagaimana pengaruh Religiusitas Intrinsik terhadap Intention to buy pada pembelian kosmetik? (5) Bagaimana pengaruh Halal Awareness terhadap Intention to buy pada pembelian kosmetik? (6) Bagaimana peran Halal Awareness dalam hubungan Produk Knowledge dengan Intention to buy? (7) Bagaimana peran Halal Awareness dalam hubungan Religiusitas Intrinsik dengan Intention to buy?

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effects of halal product knowledge and awareness of the intention to buy halal cosmetics as well as the role of intrinsic religiosity. The population of this research is that consumers are at least 18 years old and had previously been using cosmetics that the exact number is not known. Samples taken as many as 180 respondents. Source data used are primary data and secondary data. Data collection methods used were questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression, Sobel test with previously tested by validity, reliability test and classical assumption. The results showed that: (1) Halal Product knowledge proved to be influential and significant to Halal Awareness. (2) Intrinsic religiosity proved to be influential and significant to Halal Awareness. (3) Halal Product Knowledge proven and significant effect on the Intention to buy. (4) Intrinsic religiosity proved to be influential and significant Intention to buy. (5) Halal Awareness proven and significant effect on the Intention to buy. (6) Halal Product Knowledge proven and significant effect on the Intention to buy through Halal Awareness as an intervening variable. (7) Intrinsic religiosity proved influential and significant Intention to buy through Halal Awareness as an intervening variable.

Keywords: Halal Product Knowledge, Intrinsic Religiosity, Halal Awareness, Intention to buy, cosmetics

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek halal product knowledge dan halal awareness terhadap intention to buy kosmetik halal serta peran religiusitas intrinsic. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berusia minimal 18 tahun dan sebelumnya pernah menggunakan kosmetik yang jumlah pastinya tidak diketahui. Sampel yang diambil sebanyak 180 responden. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi linier berganda, uji sobel dengan sebelumnya diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Halal Product knowledge terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Halal Awareness. (2) Religiusitas Intrinsik terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Halal Awareness. (3) Halal Product Knowledge terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Intention to buy. (4) Religiusitas Intrinsik terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Intention to buy. (5) Halal Awareness terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Intention to buy. (6) Halal Product Knowledge terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Intention to buy melalui Halal Awareness sebagai variable intervening. (7) Religiusitas Intrinsik terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Intention to buy melalui Halal Awareness sebagai variable intervening.

Kata Kunci : Halal Product Knowledge, Religiusitas Intrinsik, Halal Awareness, Intention to buy, kosmetik