

SKRIPSI SARJANA TERAPAN

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP MINAT
BELI KOSMETIK PADA MAHASISWA D4 KOSMETIK DAN
PERAWATAN KECANTIKAN**



Intelligentia - Dignitas

MAISYAH LAILI DAMAYANTI

1522422034

**PROGRAM STUDI D4 KOSMETIK DAN PERAWATAN
KECANTIKAN**

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

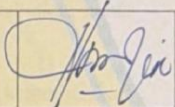
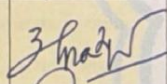
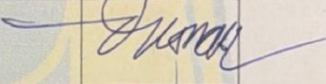
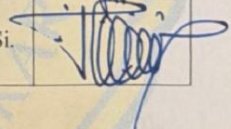
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS

AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Maisyah Laili Damayanti
NIM : 1522422034
Program Studi/Fakultas : D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan / Teknik
Judul Penelitian : Pengaruh persepsi Label halal Terhadap Minat beli Kosmetik pada Mahasiswa D4 Kosmetik dan perawatan Kecantikan

ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus / Tidak Lulus* * Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 24 Juli 2026
Tim Penguji,

Ketua Penguji	Dra. Eti Herawati, M.Si.	
Anggota Penguji (Penguji 1)	dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak.	
Anggota Penguji (Penguji 2)	Dr. Dwi Atmanto, M.Si	
Anggota Penguji (Pembimbing 1)	Nurina Ayuningtyas, M.Pd.	
Anggota Penguji (Pembimbing 2)	Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.
NIDN. 0029027204

Koordinator Program Studi
D4 Kosmetik dan
Perawatan Kecantikan

Nurina Ayuningtyas, M.Pd.
NIDN. 0016068501

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi Sarjana Terapan ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi Sarjana Terapan ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran , maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 05 Agustus 2026

Yang Membuat



Maisyah Laili Damayanti

1522422034

LEMBAR PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

LEMBAR PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maisyah Laili Damayanti

NIM : 1522422034

Fakultas Prodi : Fakultas Teknik/D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan

Alamat email : maisyahlaili25@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Agustus 2026

Penulis

(Maisyah Laili Damayanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga skripsi berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik pada Mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan" ini dapat diselesaikan guna memenuhi syarat gelar Sarjana Terapan D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si., selaku Dekan Fakultas Teknik UNJ sekaligus Dosen Pembimbing II, atas arahan dan ilmu berharga yang telah diberikan.
2. Ibu Nurina Ayuningtyas, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan sekaligus Dosen Pembimbing I, atas kesabaran, waktu, dan bimbingan hingga skripsi ini selesai.
3. Seluruh Dosen Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan atas dedikasi dan ilmu pengetahuan yang diberi selama masa perkuliahan.
4. Keluarga tercinta, Ayah Kusnan, Ibu Sri Endang, Mas Ubaid, Bintang dan Tante Yani atas doa, kasih sayang, serta dukungan moral maupun material yang menjadi kekuatan utama penulis.
5. Sahabat seperjuangan, D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Angkatan 2022, terkhusus untuk teman-teman satu bimbingan, atas diskusi, semangat, dan perjuangan bersama hingga titik ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan di bidang kecantikan.

Jakarta, 05 Agustus 2026

Penulis,



Maisyah Laili Damayanti

1522422034

PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK PADA MAHASISWA D4 KOSMETIK DAN PERAWATAN KECANTIKAN

Maisyah Laili Damayanti

Dosen Pembimbing: Nurina Ayuningtyas, M.Pd. dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.

ABSTRAK

Industri kosmetik halal di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap kehalalan produk yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi label halal terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 yang beragama Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling* terhadap seluruh populasi berjumlah 57 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,302 dengan nilai signifikansi 0,177 ($>0,05$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti persepsi label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik pada responden. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,033 menunjukkan bahwa variabel persepsi label halal hanya mampu menjelaskan 3,3% variasi minat beli, sedangkan 96,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, citra merek, dan keamanan bahan. Dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap label halal tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta.

Kata kunci: persepsi label halal, minat beli, kosmetik, mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan

THE INFLUENCE OF HALAL LABEL PERCEPTION ON COSMETIC PURCHASE INTENTION AMONG D4 COSMETICS AND BEAUTY CARE STUDENTS

Maisyah Laili Damayanti

**Supervisor: Nurina Ayuningtyas, M.Pd. and Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.**

ABSTRACT

The halal cosmetics industry in Indonesia continues to grow as Muslim consumers become increasingly aware of the halal status of products they use. This study aims to determine the effect of halal label perception on cosmetic purchase intention among Muslim students of the D4 Cosmetics and Beauty Care Study Program, Universitas Negeri Jakarta, class of 2022. This research employed a quantitative approach with a survey method. The sampling technique used was total sampling of the entire population of 57 respondents. Data were collected through a questionnaire that had been tested for validity and reliability, then analyzed using simple linear regression with the aid of SPSS. The results showed a regression coefficient of 0.302 with a significance value of 0.177 (> 0.05), meaning that H_0 was accepted and H_a was rejected; halal label perception did not have a significant effect on cosmetic purchase intention among respondents. The coefficient of determination (R Square) of 0.033 indicates that halal label perception only explains 3.3% of the variance in purchase intention, while the remaining 96.7% is explained by other factors such as product quality, price, brand image, and ingredient safety. The findings indicate that the perception of halal labels does not have a statistically significant effect on the purchase intention of cosmetics among students of the D4 Cosmetic and Beauty Care Study Program at Universitas Negeri Jakarta.

Keywords: halal label perception, purchase intention, cosmetics, D4 Cosmetics and Beauty Care students

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Minat Beli Kosmetik Mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan	8
2.1.1.1 Minat Beli	8
a. Pengertian	8
b. Faktor Minat Beli	9
c. Indikator Minat Beli	10
2.1.1.2 Kosmetik	11
a. Pengertian	11
b. Jenis Kosmetik	12
c. Karakteristik Kosmetik Halal	14
d. Sediaan Kosmetik	15
2.1.1.3 Mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan	17
2.1.2 Persepsi Label Halal	18
2.1.2.2 Proses Terbentuknya Persepsi	19
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	20
2.1.3 Label Halal	21
2.1.3.1 Pengertian Label halal	21
2.1.3.2 Proses Label Halal	22
2.1.3.3 Fungsi Label Halal	23
2.1.3.4 Tujuan Label Halal	24
2.1.3.5 Dasar Hukum Label Halal	25
2.1.3.6 Ciri – Ciri Halal	27
2.1.3.7 Indikator Persepsi Label Halal	28
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Instrumen dan Sumber Data Penelitian	31
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.2.3 Kriteria Responden	33
3.3. Metode Penelitian	33
3.3.1 Jenis Instrumen	33
3.3.2 Definisi Operasional variabel	34
3.3.3 Skala Pengukuran	35
3.3.4 Pengembangan Instrumen	36
a. Definisi Konseptual	36
b. Definisi Operasional	36
3.4. Rancangan Penelitian	38
3.5. Pengumpulan Data	39
a. Studi Literatur	40
b. Kuesioner (Angket)	40
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
3.6.1 Uji Validitas Isi (Expert Judgement)	40
3.6.2 Uji Coba Instrumen	41
3.6.3 Uji Validitas Empiris	41
3.6.4 Uji Reliabilitas	42
3.7. Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Uji Persyaratan Analisis Data	43
3.7.1.1 Uji Normalitas	43
3.7.1.2 Uji Linearitas	43
3.7.2 Uji Hipotesis	44
3.7.2.1 Uji Regresi Linear Sederhana	44
3.7.2.2 Uji t	44
3.7.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data	47
4.1.1 Karakteristik Data Responden	47
4.1.1.1 Status Mahasiswa	47
4.1.1.2 Tahun Angkatan	48
4.1.2 Data Persepsi Label Halal (X)	48
4.1.3 Data Minat Beli (Y)	49
4.2 Pengujian Prasyarat Analisis Data	51
4.2.1 Uji Normalitas	51
4.2.2 Uji Linearitas	51
4.3 Uji Hipotesis	52
4.3.1 Uji regresi Linear Sederhana	52
4.3.2 Uji t	53
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi	54
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.5 Keterbatasan Penelitian	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi.....	59
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 rincian waktu pembuatan penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert Lima Tingkat.....	35
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Pengaruh Persepsi label Halal Terhadap Minat Beli.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	48
Tabel 4.3 Deskripsi Data Persepsi Label Halal.....	48
Tabel 4.4 Rata-rata Hitung Skor Indikator Persepsi Label Halal.....	49
Tabel 4.5 Deskripsi Data Minat Beli.....	50
Tabel 4.6 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Minat Beli	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas <i>Unstandardized Residual</i>	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran 1isi – kisi Instrumen	65
Lampiran 2 Uji Validitas oleh dosen ahli.....	65
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba	68
Lampiran 4 Kisi -Kisi Instrumen Penelitian Lapangan.....	72
Lampiran 5 Kuesioner Instrumen Penelitian Lapangan	73
Lampiran 6 Tabulasi Instrumen Hasil uji Coba	77
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	80
Lampiran 8 Tabulasi Penelitian Lapangan.....	84
Lampiran 9 r Tabel.....	88
Lampiran 10 Hasil Uji Prasyarat Analisis Data	89
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 12 Surat Uji Validitas	91

